

CYLINDER

Pismo pracowników Volkswagen Motor Polska | październik 2022 nr 3-4 (197-198)

Wydanie
specjalne

mutig
odważnie
courageous

gemeinsam
razem
together

effizient
wydajnie
efficient

achtsam
uważnie
mindful

aufrichtig
uczciwie
genuine

kundennah
blisko klienta
customer oriented



Spis treści

4 Nasze wartości

Prezentujemy drogowskazy, które podpowiadają, czym się na co dzień kierować.

6 Nasze fundamenty postępowania

Kierownictwo VW MP pracuje nad wdrożeniem przemiany kulturowej.

8 Wspólne dążenie do celu pomimo albo dzięki różnorodności

Poznaj, jak ważna jest różnorodność.

11 Marki koncernu VW

Przypominamy nasze marki.

16 Program RESPEKT!

Najczęściej zadawane pytania o programie i grupie Respekt.

18 Edukacja historyczna Volkswagena

Zobacz, jak koncern Volkswagen inicjuje i wspiera międzynarodową wymianę młodzieży w ramach edukacji historycznej.

21 Działać uczciwie

Dobrowolne zobowiązanie Zarządu i Dyrektorów Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o.

23 Quo vadis?

Co dalej? Gdzie jesteśmy i dokąd zmierzamy?

25 Teamdialogi w VW MP

Do końca marca w Volkswagen Motor Polska odbywały się spotkania poświęcone komunikacji fundamentów postępowania w koncernie.

27 „Respekt w Coronie”

Grupa Respekt wyszła z inicjatywą pomocy dla szpitali, ośrodków pomocy społecznej, hospicjów i fundacji.

30 #RespektChallenge

Poznaj twórców zwycięskich filmów.

32 Pomagamy i wspieramy

Zobacz, jak Volkswagen Motor Polska realizuje politykę społeczną odpowiedzialności biznesu.

34 Dobre chęci i zaangażowanie czynią cuda

Poznaj Dawida Jaszowskiego, który razem z innymi wolontariuszami z VW MP ukończył projekt modernizacji szatni i poprawy bezpieczeństwa w Przedszkolu Miejskim w Chocianowie.

35 Chcemy chronić klimat i środowisko RAZEM!

Poznaj cel: uczynić mobilność zrównoważoną dla obecnych i przyszłych pokoleń w ramach nowej wizji „Kształtowanie mobilności – dla przyszłych pokoleń”.

37 Dzień Ochrony Klimatu w Volkswagen Motor Polska

Przeczytaj relację ze światowej akcji koncernu Volkswagen #Project1hour.

40 Wybrane działania z zakresu KULTURY, INTEGRITY I COMPLIANCE w VWMP

Przypominamy najważniejsze akcje i wydarzenia, w których uczestniczył Volkswagen Motor Polska.

CYTAT NUMERU

//

ZARZĄDZANIE RÓŻNORODNOŚCIĄ WYMAGA STRATEGII, ALE ZACZYNA SIĘ OD DOSTRZEŻENIA WARTOŚCI CZŁOWIEKA, UWAGI MU POŚWIĘCONEJ. SŁUŻY BUDOWANIU POZYTYWNYCH RELACJI ORAZ TWORZENIU NA JEJ PODSTAWIE PRZEWAGI KONKURENCYJNEJ PRZEDSIĘBIORSTWA.

Więcej na str. 8

CYLINDER

Pismo pracowników Volkswagen Motor Polska
październik 2022 nr 3-4 (197-198)



WYDAWCA:
Volkswagen Motor Polska sp. z o.o.
ul. Strefowa 1
59-101 Polkowice

REDAKTOR NACZELNA:
Agnieszka Stefanko
tel.: (76) 848 37 08
e-mail: agnieszka.stefanko@vwmp.pl

ZESPÓŁ REDAKCYJNY:
Iwona Badurek
Zbigniew Browarski
Dorota Dąbrowska
Szymon Grombik
Katarzyna Ilnicka
Renata Kołtowska-Dyrcz
Grzegorz Kukła
Małgorzata Kruk

Grzegorz Lewandowski
Tomasz Łaskiewicz
Martyna Popławska
Michał Popławski
Grzegorz Smoczyński
Monika Staszyn
Katarzyna Trochanowska
Joanna Zdulska-Denko
Alan Zimoląg

PRZYGOTOWANIE I PRODUKCJA:
Agape
ul. Ficowskiego 15
01-747 Warszawa
<https://agape.com.pl>



ZNAJDŹ NAS W INTERNECIE
www.vwmp.com.pl

KOLEŻANKI I KOLEDZY,

od kilku lat w Volkswagenu zachodzą duże zmiany w różnych obszarach związane z rozwojem technologii, potrzebą rynku, a także transformacją kulturową. Ta ostatnia ma swoje podwaliny w przeszłości. Wiadomo już, że biurokratyczne struktury i długa droga decyzyjna, a także strach przed konsekwencjami wywołuje negatywne skutki takie, jak bierność, zachowania asekuracyjne i brak otwartości. Pamiętamy, że właśnie remedium na taką sytuację było powołanie programu Together for Integrity – T4I.

Volkswagen nie jest już tą samą organizacją, jaką był sprzed afery Diesla. Kluczowym elementem jest tzw. mindset, czyli sposób myślenia jej menadżerów i pracowników, gdzie podstawą jest prawość i zgodność z wartościami i zasadami, a także otwartość

na zmiany, odpowiedzialność czy szybkość podejmowania decyzji. Menadżerowie Volkswagen Motor Polska podpisali dobrowolną deklarację o stosowaniu zasad prawości i compliance (I&C) we wszystkich obszarach i uwzględnianiu ich w swoich decyzjach. To znak, że zobowiązanie jest bardzo ważne dla całej organizacji.

Niniejsze wydanie „Cylindra” poświęcamy tematom związanym z naszymi wartościami, fundamentami postępowania, zarządzaniem różnorodnością, a także aktywnościami i wydarzeniami oraz pracą społeczną na rzecz innych.

Zapraszamy do lektury!



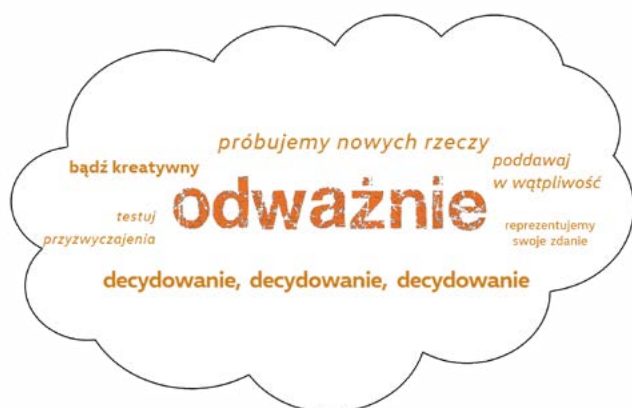
Nasze wartości

Razem, odważnie, wydajnie, blisko klienta, uczciwie i uważnie – to nowe wartości marki Volkswagen i naszego przedsiębiorstwa. Są jak drogowskazy, które podpowiadają, czym się na co dzień kierować i jak postępować, aby wspólnie osiągać postawione przed nami cele.



W ostatnim czasie koncern Volkswagen przechodzi wiele zmian. Kryzys diesla, nowy zarząd, nowa strategia, nowe produkty, a także szeroko pojęta digitalizacja i elektryfikacja pojazdów – to wszystko sprawia, że zmienia się również kultura naszego przedsiębiorstwa.

A czym jest kultura organizacyjna? Jest to jakby DNA firmy – podobnie jak kod genetyczny kultura przedsiębiorstwa jest niepowtarzalna, zbudowana z elementów sprawiających, że jesteśmy tacy, jacy jesteśmy. Składają się na nią m.in. sposób myślenia, nasze przekonania, zachowania i wartości, jakimi kierujemy się w firmie.



rozmawiamy **uczciwie** bez obaw przed przetożonym
 szczerze **uczciwie** sprawiedliwie
 otwarcie **uczciwie** transparentnie w imię ważnej sprawy
 wyrażaj opinię – mniej polityki

Wypracowanie aktualnych wartości w koncernie trwało wiele miesięcy, w czym istotny udział miało również nasze przedsiębiorstwo. Najpierw grupa Respekt! wypracowała dziewięć fundamentów współpracy. Miało to miejsce dokładnie w czasie, gdy wybuchł kryzys związany z silnikami diesla. Nie wiedzieliśmy wówczas NASZE WARTOŚCI jeszcze, że jako pierwsi w koncernie rozpoczęliśmy dyskusję i pracę nad wartościami.

Kilka miesięcy później (jako jeden z jedenastu zakładów VW na świecie i jedyny z Polski) braliśmy udział w badaniu koncernowym, którego celem było znalezienie odpowiedzi na pytania, co z dotychczasowej kultury powinno zostać zachowane, a co zmienione, jakie wartości są ważne dla nas, a nad jakimi powinno się jeszcze pracować.

Ostatecznie marka samochodu osobowe wskazała sześć nowych wartości, a my dostosowaliśmy je do naszej specyfiki i połączyliśmy z wcześniej wypracowanymi fundamentami współpracy. W ten sposób powstały wartości VW MP. Staną się one tak prawdziwie nasze, jeśli faktycznie wszyscy włączymy się w to, aby żyły i aby były obecne w naszej codziennej pracy. ●

efektywnie **wydajnie** dynamicznie uczymy się
 rzeczowa **wydajnie** brać odpowiedzialność
 dyskusja **wydajnie**
 działamy ekonomicznie **wydajnie** oszczędnie
 precyzyjnie

słuchamy **blisko klienta** dla najlepszego produktu każdy jest klientem
 rozumieć **blisko klienta** dla mobilności klienta
 klientów na **blisko klienta** wysoka jakość
 całym świecie
 czego chcą nasi klienci, nie czego my chcemy

W NASZYM ŻYCIU PRYWATNYM RÓWNIEŻ KIERUJEMY SIĘ RÓŻNYMI WARTOŚCIAMI, SĄ ONE DLA NAS WAŻNE, CENNE I POŻĄDANE. SĄ ŻYCIOWYMI DROGOWSKAZAMI I STANDARDAMI NASZYCH MYŚLI, ZACHOWAŃ ORAZ KRYTERIAMI NASZYCH DECYZJI CZY WYBORÓW.

I TAK SAMO WARTOŚCI SĄ WAŻNE DLA FIRMY. MÓWIĄ NAM, JAK POSTĘPOWAĆ, JAK SIĘ KOMUNIKOWAĆ. DOTYCZĄ WSZYSTKICH – OD PREZESA DO STAŻYSTY.

Nasze fundamenty postępowania

I bez afery Diesla musielibyśmy zacząć pracować nad przemianą kulturową, a kultura przedsiębiorstwa to przecież wypadkowa wielu czynników wynikająca ze strategii koncernu.

W ostatnim czasie w koncernie następuje wiele istotnych zmian – technologiczne, strategiczne, społeczne czy kulturowe. Te ostatnie są szczególnie ważne, bo jak ujął to Peter Drucker: „kultura zjada strategię na śniadanie”. Zdefiniowano na nowo strategię koncernu czy kodeks współpracy, a w markach odpowiednio strategię marek i wartości.

Pojawiły się również tzw. fundamenty postępowania (Konzerngrundsätze). Dotyczą one całego koncernu, wszystkich marek i spółek – łączą 600 tysięcy pracowników tego ogromnego przedsiębiorstwa.

Wspomniane zasady to rodzaj obietnicy, jaką Volkswagen złożył swoim klientom, partnerom biznesowym i wreszcie pracownikom.

Celem jest przede wszystkim odzyskanie zaufania i przedstawienie koncernu jako przedsiębiorstwa, które dotrzymuje słowa i przejmuje odpowiedzialność społeczną, wybiera innowacyjność, szanuje różnorodność i pracowników.

Jedną z aktywności w ramach pracy nad nową kulturą przedsiębiorstwa były organizowane już po raz drugi w naszej firmie tzw. KULTURALne podwieczorki.

Pierwsza edycja odbyła się w 2017 roku i poświęcona była promowaniu nowych wartości. W tym roku kadra kierownicza i osoby z grupy Talent poznawali zarówno fundamenty postępowania w koncernie, jak i nowy model kierowania w VW.



uważnie

**PRZEJMUJEMY
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
ZA ŚRODOWISKO
I SPOŁECZEŃSTWO.**

JESTEŚMY CZĘŚCIĄ
SPOŁECZEŃSTWA.
PRZEJMUJEMY
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
SPOŁECZNĄ. ZWRACAMY UWAGĘ
NA ASPEKT ŚRODOWISKOWY
NASZYCH PRODUKTÓW
I PROCESÓW. I ULEPSZAMY JE.
KAŻDEGO DNIA.

uczciwie

**SZCZERZE I OTWARCIE
ROZMAWIAMY O
TRUDNYCH TEMATACH.**

POSTĘPUJEMY WŁAŚCIWIE
ZGODNIE Z WŁASNYM
PRZEKONANIEM. TAKŻE GDY NIKT
SIĘ NIE PRZYGLĄDA.
NIE MAMY OBAW PRZED
HIERARCHIĄ I OTWARCIE
WYRAŻAMY WŁASNE ZDANIE.
SŁUCHAMY SIĘ NAWZAJEM
I ZNAJDUJEMY WSPÓLNIE
NAJLEPSZE ROZWIĄZANIA.

odważnie

**PODEJMUJEMY
NOWE
WYZWANIA.**

JESTEŚMY ODWAŻNI.
INNOWACYJNI. JESTEŚMY
WYNAŁAZCAMI.
DZIAŁAMY.
ODPUSSZAMY STARE
I MYŚLIMY W NOWY SPOSÓB.
KSZTAŁTUJEMY MOBILNĄ
PRZYSZŁOŚĆ.

razem

**CZERPIEMY
Z RÓŻNORODNOŚCI.**

JESTEŚMY WIELOBARWNI.
RÓŻNORODNI. WYJĄTKOWI.
JESTEŚMY CZĘŚCIĄ CAŁOŚCI.
JESTEŚMY OTWARCI. NA INNE
SPOSOBY MYŚLENIA. NA NOWE
DOŚWIADCZENIA I ROZWIĄZANIA.
TRAKTUJEMY SIĘ Z SZACUNKIEM.
JAK RÓWNY Z RÓWNYM.

wydajnie

**Z DUMĄ WYKO-
NUJEMY
SWOJĄ PRACĘ.**

JESTEŚMY ZA ZRÓWNOWAŻONYMI
PRODUKTAMI I JAKOŚCIĄ.
ZNACZĄCO PRZYCZYNIAMY SIĘ
DO SUKCESU PRZEDSIĘBIORSTWA.
Z PASJĄ. Z PRZEKONANIEM.
SKUTECZNIE. JESTEŚMY DUMNI
Z TEGO, CO ROBIMY I JAK TO
ROBIMY.

razem

**RAZEM – NIE
OSOBNO.**

WSPÓŁPRACUJEMY. BEZ
STAWIANIA WARUNKÓW. PROSTO.
NA CAŁYM ŚWIECIE. BUDUJEMY
MOSTY, ZAMIAST BARIER .
RAZEM JESTEŚMY NIEPOKONANI.
RĘCZYMY WZAJEMNIE ZA SIEBIE.
JESTEŚMY JEDNYM ZESPOŁEM.

blisko klienta

**DOTRZYMU-
JEMY SŁOWA.**

MOŻNA NA NAS POLEGAĆ.
ROBIMY TO, CO MÓWIMY. I MÓWIMY CO ROBIMY.
SZCZERZE. OTWARCIE.
DOTRZYMUJEMY OBIETNIC.
ODZYSKUJEMY UTRACONE ZAUFANIE.

Wspólne dążenie do celu pomimo albo dzięki różnorodności

Warunkiem koniecznym do odniesienia sukcesu w mobilnym świecie jutra jest zarządzanie przez wartości, uwzględniające różnorodność, akceptację i szacunek do każdego człowieka.

Z różnorodnością mamy do czynienia każdego dnia. Dotyczy ona nie tylko płci, pochodzenia czy narodowości, ale również kwestii osobowości czy stylu działania. A jednak nie przestaje zaskakiwać.

W
**CZERPIEMY
Z RÓŻNORODNOŚCI.**

czasem z kompletnie odmiennymi zwyczajami, językiem, zainteresowaniami, wartościami czy światopoglądem. Często w pierwszym odruchu mamy ochotę negatywnie je ocenić. Dlatego chcąc być uprzejmymi, nieświadomie przyjmujemy taktykę unikania, omijając różniące nas tematy.

Różnorodność wytrąca nas ze strefy komfortu, bo narusza dotychczasowe formy komunikacji, schematy postępowania, pojawiają się frustracja, a często konflikt. Rezygnujemy wówczas ze współpracy, omijamy niewygodne sfery. Jednak ten konflikt jest nieunikniony, ponieważ to konflikt rozwojowy, w którym dwie lub więcej stron mają odmiennie stanowiska i niezbędne jest znalezienie wspólnego rozwiązania. W sytuacjach obejmujących cały zespół oznacza to ustalenie nowych zasad współdziałania, bo to warunkuje wykorzystanie potencjału, który wiąże się z różnorodnością. Oswajanie różnorodności jest niezbędne dla rozwoju organizacji, jednak będzie możliwe dopiero wtedy, gdy będziemy chcieli ją z szacunkiem zrozumieć. Warto więc zadać sobie pytanie: „Czy stykając się z różnorodnością, staramy się zrozumieć odmienność drugiej osoby bez próby jej oceny?”.

Zarządzanie różnorodnością wymaga strategii, ale zaczyna się od dostrzeżenia wartości człowieka, uwagi mu poświęconej. Służy budowaniu pozytywnych relacji oraz tworzeniu na jej pod-

Na co dzień łatwiej pracuje się z osobami podobnymi do nas. Jest przewidywalnie, powtarzalnie, sprawnie. Jednak wiąże się to z pewnymi zagrożeniami, jak stagnacja i brak rozwoju. Jeśli zespół czy organizacja mają się rozwijać, niezbędna do tego jest różnorodność. Warto więc świadomie zapewniać ją w środowisku pracy.

W jednorodnych zespołach łatwo o miłą atmosferę, rzadko dochodzi do nieporozumień. Wraz z pojawieniem się różnorodności naruszane jest poczucie bezpieczeństwa i zaufania. Stykamy się



Volkswagen



ŠKODA



SEAT



BENTLEY



DIVERSITY



stawie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa. Polega na dostrzeganiu, rozpoznawaniu, akceptowaniu i czerpaniu z różnorodności, która jest obecna w każdym środowisku. Ten styl zarządzania, kultura firmy i relacje wewnętrzne przenoszą się na kontakty zewnętrzne i stosunki z klientami. A to buduje relacje z nimi, zaufanie, lojalność.

Żyjemy w szybko zmieniającym się świecie, nic już nie jest homogeniczne – otacza nas duża różnorodność, stąd rodzi się potrzeba zmierzenia się i przystosowania do wielu zmieniających aspektów życia, więc korzystajmy z tego. Różnorodność jest kluczowym faktorem sukcesu, stanowi czynnik pobudzający kreatywność i innowacyjność zespołów oraz indywidualnych pracowników.

Volkswagen jest firmą różnorodną – to 12 marek, 125 zakładów produkcyjnych, zlokalizowanych na 5 kontynentach. Zatrudniamy niemal 700 tys. pracowników, ludzi wielu narodowości, wywodzących się z różnych kultur i religii, o różnym wykształceniu i poglądach. Chcemy budować naszą organizację na szacunku dla wszystkich tych różnic. Tworzymy nasz międzynarodowy

zespół na wzajemnym szacunku i zrozumieniu, wydobywając indywidualny potencjał każdego z pracowników, kierując się przy tym naszymi wartościami i fundamentami postępowania.

W rozwój strategii różnorodności należy zaangażować ludzi na wszystkich szczeblach zarządzania, nie jest to tylko temat personalny, ale wspólny sposób na działanie całej organizacji, każdego pracownika, każdego dnia. Dlatego nasz koncern stworzył program **Różnorodność wygrywa w Volkswagencie** (Diversity wins @ Volkswagen), który służy promowaniu, wdrażaniu i pielęgnowaniu kultury różnorodności i akceptacji. Volkswagen Motor Polska włączył się do programu. Mówimy o różnorodności, akceptacji, nieuświadomionych uprzedzeniach, bezpieczeństwie psychologicznym, zachęcamy do dzielenia się spostrzeżeniami i refleksjami. Chcemy tworzyć środowisko sprzyjające włączaniu pracowników, a nie ich wykluczaniu, środowisko, które będzie motywować i napędzać do działania. Zróżnicowany zespół nie wystarczy bowiem, by czerpać korzyści z różnorodności. By to osiągnąć, trzeba skutecznie nią zarządzać i tworzyć kulturę szacunku i akceptacji. ●



Przedstawiciele VW MP już od 2012 roku aktywnie uczestniczą w zainicjowanym przez koncern VW programie Respekt, którego podstawą działania jest szacunek i tolerancja wobec różnorodności. Grupa Respekt współtworzyła kulturę naszej organizacji oraz wartości marki Volkswagen i naszego przedsiębiorstwa. Kilkakrotnie brała też udział w ogólnopolskim kongresie różnorodności oraz pierwszej koncernowej konferencji w Crewe w Wielkiej Brytanii.



O tym, jak ważne jest w obecnym różnorodnym i dynamicznie zmieniającym się świecie posiadanie katalogu wartości i fundamentów dobrej współpracy, raczej nie trzeba nikogo przekonywać. Bo to, że różnimy się – kulturowo, religijnie, pod względem orientacji seksualnej czy stopnia niepełnosprawności – to fakt.

Kiedy możemy spojrzeć na siebie nawzajem z szacunkiem, przejść się przysłowioowo w butach drugiej osoby (postawić się na jej miejscu), dopiero wtedy mamy szansę zmienić swoją postawę. Dzięki poszerzeniu swojej wrażliwości na innych – jakże interesujących w swej różnorodności – ludzi wokół nas, uczymy się uważności na drugiego człowieka. Cechy trudnej do zdefiniowania, a jeszcze trudniejszej do zaobserwowania.

Traktujmy ludzi, z którymi żyjemy w różnych obszarach życia tak, jak oni chcieliby być traktowani. Wymagajmy najpierw od siebie szacunku i tolerancji, a otrzymamy je, dając. Budujmy i wzmacniamy otwartość na siebie nawzajem. Doceniajmy, nie oceniamy.

DIVERSITY = RÓŻNORODNOŚĆ



Marki koncernu VW

Volkswagen to światowy koncern ze 122 zakładami na całym świecie, z czego 73 fabryki zlokalizowane są w Europie. Koncern zatrudnia blisko 640 tys. pracowników. Jego siedziba znajduje się w Wolfsburgu w Niemczech.

Źródło: internet

FIRMA POWSTAŁA W **1937** ROKU. OBECNIE SKŁADA SIĘ Z **13** MAREK.
OTO ONE:



1. VOLKSWAGEN

Jest podstawową marką grupy. W dosłownym tłumaczeniu znaczy „samochód ludu”. Pierwszym produkowanym przez markę Volkswagen samochodem był legendarny Garbus.

CIEKAWOSTKA:

26 listopada 2001 roku w fabryce Volkswagena w Wolfsburgu z taśmy zjechał 33 333 333 wyprodukowany tam samochód. Tak duża liczba pojazdów wyprodukowanych w jednej fabryce to niespotykany sukces w historii motoryzacji.



2. AUDI

Siedziba: Ingolstadt, Niemcy
Rok założenia: 1909
Liczba pracowników: 91 000
W VW AG: od 1965 r.

Jest jedną z wiodących marek premium grupy VW. Historia marki Audi sięga roku 1899, kiedy to August Horch wraz z Carlem Benzem założył w Kolonii

CIEKAWOSTKA:

W 1981 roku Audi było pierwszą marką, która w samochodzie rajdowym zastosowała napęd na cztery koła. Rajdowe Audi Quattro miało także silnik turbo, nowość w tamtym czasie. Dzięki tym dwóm rozwiązaniom do 1984 roku Audi było czołową i niepokonaną marką w rajdach samochodowych.

przedsiębiorstwo o nazwie Horch, produkujące luksusowe samochody osobowe. Nazwa Audi wywodzi się z gry słów: to łacińska transkrypcja nazwiska Horch (oznacza „słuchaj!”).



ŠKODA

3. SKODA

Siedziba: Mlada Boleslav, Czechy

Rok założenia: 1895

Liczba pracowników: 25 000

W VW AG: od 1991 r.

CIEKAWOSTKA:

W 2014 roku roczna sprzedaż Skody przekroczyła milion sztuk.

Skoda jest jednym z najdłużej produkujących i nadal działających producentów samochodów na świecie. Po upadku komunizmu w Czechosłowacji nawiązano współpracę z koncernem Volkswagen AG, który w 1991 roku nabył

30 proc. udziałów marki, a w 2000 roku stał się jedynym akcjonariuszem firmy. Od momentu wstąpienia do grupy Volkswagena Skoda zwiększyła liczbę swoich dostaw siedmiokrotnie.



4. SEAT

Siedziba: Martorell, Hiszpania

Rok założenia: 1950

Liczba pracowników: 15 500

W VW AG: od 1986 r.

CIEKAWOSTKA:

W 1991 roku wprowadzono na rynek pierwszy model zbudowany we współpracy z Volkswagensem, opracowany na płycie podłogowej Golfa II – Toledo.

SEAT to skrót od: Hiszpańskie Towarzystwo Samochodów Osobowych. Pierwszym modelem marki SEAT był model 1400, którego produkcja odbywała się na licencji opracowanego po II wojnie światowej

Fiata 1400. Produkcja pierwszego pojazdu rozpoczęła się w nowo wybudowanej fabryce Zona Franca w Barcelonie.

W 1965 roku rozpoczęto eksport pojazdów poza rynek hiszpański, m.in. do Kolumbii.



5. PORSCHE

Siedziba: Zuffenhausen,
Stuttgart, Niemcy

Rok założenia: 1931

Liczba pracowników: 32 000

W VW AG: od 2012 r.

CIEKAWOSTKA:

Całkowicie elektryczny model marki, wcześniej znany jako samochód koncepcyjny Mission E, będzie sprzedawany jako Porsche Taycan od końca 2019 roku.

Porsche posiada zakłady produkcyjne w Stuttgarcie-Zuffenhausen, a także w Lipsku i w Osnabrück. Od 1972 roku członkowie rodziny Porsche przestali spełniać w firmie funkcje kierownicze. Nowy zarząd spółki zdecydował o poszerzeniu asortymentu marki Porsche. Od tej pory miały to być

nie tylko samochody, ale także okulary słoneczne, zegarki, meble i wiele innych luksusowych artykułów. Ekskluzywność i akceptacja społeczna, innowacja i tradycja, wydajność i codzienna użyteczność, design i funkcjonalność – to wartości marki producenta samochodów sportowych Porsche.



6. LAMBORGHINI

Siedziba: Sant' Agata Bologna,
Włochy

Rok założenia: 1948

Liczba pracowników: 1 700

W VW AG: od 1998 r.

Lamborghini – włoska marka produkująca luksusowe samochody sportowe, a także ciągniki rolnicze. Założycielem firmy był Ferruccio Lamborghini, który z początku dorobił się fortuny na produkcji traktorów.

CIEKAWOSTKA:

Mówi się, że powstanie samochodów Lamborghini wynikało z dyskusji pomiędzy miłośnikiem wozów sportowych Ferruccio Lamborghini a Enzo Ferrarim. Lamborghini, który wówczas z powodzeniem produkował wyłącznie traktory, był niezadowolony ze swego samochodu Ferrari i zaproponował Enzo Ferrarimu wprowadzenie zmian konstrukcyjnych. Ten oburzony uwagami „jakiegoś traktorzysty” zakwestionował kompetencje Lamborghini. Wobec tego Lamborghini postanowił udowodnić mu, kto jest lepszy i już po roku zademonstrował swój legendarny 12-cylindrowy model Lamborghini 350 GTV, wyraźnie przewyższający samochody marki Ferrari.



7. BUGATTI

Siedziba: Molsheim, Francja

Rok założenia: 1898

Liczba pracowników: 300

W VW AG: od 1998 r.

Od ponad 100 lat Bugatti jest jedną z najbardziej fascynujących nazw w historii motoryzacji. Legenda tej marki została stworzona przez Ettore Bugatti i jego syna Jeana, którzy starali się w swoich rysunkach i konstrukcjach wykreować idealną syntezę sztuki i technologii. We wrześniu 1995 roku zamknięto zakłady we Włoszech. Przedsiębiorstwo Bugatti ponownie

CIEKAWOSTKA:

Założyciel firmy Ettore Bugatti uchodzi za wynalazcę samochodu wyścigowego z silnikiem z doładowaniem (sprężarkowym). Jego samochody wygrywały w prawie wszystkich ważnych wyścigach przed II wojną światową.

odżyło, kiedy Volkswagen, zainteresowany przejściem, odkupił prawa do jego znaku handlowego.



BENTLEY

8. BENTLEY

Siedziba: Crewe, Wielka Brytania

Rok założenia: 1919

Liczba pracowników: 4 400

W VW AG: od 1998 r.

Jest to brytyjskie przedsiębiorstwo zajmujące się produkcją luksusowych samochodów, założone 100 lat temu przez Waltera Owena Bentleya.

CIEKAWOSTKA:

Założyciel marzył o stworzeniu wyścigowego auta, które byłoby najlepsze w swojej klasie. Pierwszy samochód, Bentley 3 Litre, zbudował w 1919 roku. Na sukcesy sportowe trzeba było czekać do 1924 i 1927 roku, gdy auta wygrały wyścigi w Le Mans.



Samochody Użytkowe

9. VOLKSWAGEN SAMOCHODY UŻYTKOWE

Siedziba: Hanower, Niemcy
Od 1995 roku samodzielna marka koncernu
Liczba pracowników: 24 000

Prawie 60 lat temu założono fundament dla fabryki Volkswagena w Hanowerze, obecnie głównego zakładu produkcyjnego marki Volkswagen Samochody Użytkowe. Aktualnie firma produkuje pojazdy użytkowe w czterech zakładach: Hanowerze, Poznaniu, Wrześni i Pacheco. Model E-Crafter stał się ważnym składnikiem asortymentu producentów w Hanowerze.

CIEKAWOSTKA:

Najważniejszym punktem obecności marki na międzynarodowej wystawie IAA był samochód koncepcyjny BUZZ CARGO z rodziny ID. Samochód dostawczy przyszłości jest całkowicie elektryczny i zautomatyzowany dla ruchu miejskiego.



10. MAN

Siedziba: Monachium, Niemcy
Rok założenia: 1758
Liczba pracowników: 5 500
W VW AG: od 2012 r.

MAN koncentruje się na dziedzinie transportu i energii, dostarcza ciężarówki, autobusy, samochody dostawcze, silniki wysokoprężne, maszyny wirnikowe i specjalne przekładnie.

CIEKAWOSTKA:

Rudolf Diesel, będąc pracownikiem zakładów MAN Augsburg, zbudował w 1897 r. pierwszy nadający się do eksploatacji silnik wysokoprężny (z zapłonem samoczynnym), nazywany obecnie potocznie diesel.



11. SCANIA

Siedziba: Södertälje, Szwecja
Rok założenia: 1891
Liczba pracowników: 37 500
W VW AG: od 2008 r.

Scania to szwedzkie przedsiębiorstwo produkujące: samochody ciężarowe, ciągniki siodłowe, autobusy oraz silniki wysokoprężne dla pojazdów ciężarowych, morskich i różnych zastosowań przemysłowych. Nazwa marki pochodzi od krainy Skania w Szwecji.

CIEKAWOSTKA:

Wszystkie pojazdy zaprezentowane przez Scanię na międzynarodowej wystawie IAA w 2018 roku miały alternatywne napędy. Wśród nich była ciężarówka hybrydowa do transportu miejskiego, która może działać na hydrotrefinowany olej roślinny lub olej napędowy.



12. DUCATI

Siedziba: Bolonia, Włochy

Rok założenia: 1926

Liczba pracowników: 1 500

W VW AG: od 2012 r.

Ducati produkuje najwyższej klasy motocykle. Renoma firmy opiera się na jej legendarnym sukcesie na torze wyścigowym.

CIEKAWOSTKA:

W 2007 roku w wyścigach MotoGP australijski kierowca zdobył mistrzostwo świata na Ducati GP7 Desmosedici. Z tej okazji wyprodukowano 1500 sztuk dopuszczonego do ruchu ulicznego motocykla Ducati Desmosedici RR. Pierwszy egzemplarz otrzymał Tom Cruise.

13. KOMPONENTY

Siedziba: Wolfsburg, Niemcy

Rok założenia: 2019

Liczba pracowników: 80 000

Marka Volkswagen Komponenty funkcjonuje od 1 stycznia 2019 r. jako samodzielna jednostka biznesowa, odpowiedzialna za rozwój oraz produkcję strategicznych komponentów dla marek koncernu produkujących samochody.

W pięciu obszarach produkcyjnych: silnik i odlewnie, skrzynie biegów i napęd elektryczny, podwozie, siedzenia

i e-mobilność pracuje 80 tys. osób w 62 zakładach i 47 lokalizacjach na całym świecie. Pracownicy projektują i produkują komponenty pojazdów oraz analizują przyszłościowe zagadnienia, jak np. infrastruktura stacji ładujących lub recycling baterii, wnosząc swój wkład w rozwój koncernu, jego marek i produktów.



80 tys.

Tyle wynosi liczba osób zatrudnionych w Volkswagen Komponenty.

62

Tyle zakładów wchodzi w skład marki w

47

lokalizacjach.



Respekt!

SZACUNEK I TOLERANCJA

Program RESPEKT!

1

Zacznijmy od początku,
czyli skąd wzięła się
w ogóle inicjatywa?

► 05.2011 r.

Volkswagen AG z siedzibą w Wolfsburgu włącza się do kampanii Respect, stworzonej przez UEFA w odpowiedzi na zachowania rasistowskie na stadionach piłkarskich, promującą ideę szacunku.

► 09.2012 r.

Respekt trafia do Międzynarodowego Domu Spotkań Młodzieży w Oświęcimiu.

► 10.2012 r.

Akcja za sprawą ówczesnego przewodniczącego NSZZ „Solidarność” i prezesa VW MP zostaje uroczystie zainicjowana w naszym zakładzie.

2

Kto należy do Respektu?

Wszyscy pracownicy VW MP, dodatkowo jest wyodrębniona grupa robocza, tzw. Respekt Team.

3

Jakie są nasze podstawowe założenia?

RESPEKT stanowi podstawę naszego działania.

Tylko szacunek i tolerancja umożliwiają pokojowe współistnienie. Szacunek nie może być jednostronny, zawsze bowiem oczekuje wzajemności.

► **RESPEKT to nasze zadanie.**

Jesteśmy zobowiązani do zachowywania wysokich standardów moralnych i chcemy przyczynić się do tego, by ludzie żyli w pokoju bez podziałów wyznaczanych granicami kultur, religii i tradycji.

► **RESPEKT wyklucza przemoc.**

Szacunku nie można wymusić. Wzrasta on wraz z wiedzą o innych kulturach, religiach i tradycjach – kształtuje się na podstawie powstałego w ten sposób zrozumienia.

► **RESPEKT oznacza pracę.**

Pokonywanie granic i uczenie się tolerancji wymagają pracy, którą my z chęcią wykonujemy. Tym bardziej, że wzbogaca nasze życie, czyni je barwniejszym i przyjemniejszym.

► **RESPEKT wzmacnia.**

Wzajemny szacunek wzmacnia naszą pewność siebie i wzmacnia naszą tożsamość. Dzięki lepszej pewności siebie możemy skuteczniej radzić sobie z konfliktami i otwierać się na nowe wyzwania.

► **RESPEKT jest kulturą.**

Respekt stanowi sedno naszej kultury i jest wytyczną dla naszych działań w Volkswagen Motor Polska.

4

Czym zajmuje się Respekt Team?

- ▶ Jesteśmy ambasadorami wartości.
- ▶ Prowadzimy punkty informacyjne na przestrzeni fabryki.
- ▶ Jesteśmy aktywni podczas szkoleń wstępnych.
- ▶ Udzielamy informacji podczas wycieczek po fabryce.
- ▶ Objęliśmy patronatem Dzień Różnorodności.
- ▶ Pracujemy w projekcie strategicznym „Nowa kultura przedsiębiorstwa”.
- ▶ Mamy dział w warsztatach strategicznych kadry kierowniczej.
- ▶ Uczestniczymy w Dniach Olimpijczyka w Zespole Szkół w Chocianowie.
- ▶ Koordynujemy program Praca w Miejscu Pamięci.
- ▶ I wiele innych akcji.

5

Czy i jak mogę dołączyć do grupy roboczej Respekt?

Wystarczy zgłosić chęć przynależenia i posiadać inicjatywę do działania w zakresie kultury i szacunku.





Edukacja historyczna Volkswagena

Od 1987 roku koncern Volkswagen inicjuje i wspiera międzynarodową wymianę młodzieży w ramach projektu „Praca w Miejscu Pamięci”. Jego celem jest zachowanie pamięci o wydarzeniach, które miały miejsce w przeszłości oraz wspólna refleksja nad przyszłością. Seminaria skierowane są do uczniów i pracowników VW „Nauka poprzez spotkanie” oraz kadry kierowniczej koncernu „Pamięć i odpowiedzialność”. Patronat nad programami objął Respekt-team w VW MP.

Volkswagen współpracuje w realizacji projektów z Międzynarodowym Komitetem Oświęcimskim (MKO) w Berlinie, Państwowym Muzeum Auschwitz-Birkenau i Międzynarodowym Domem Spotkań Młodzieży w Oświęcimiu.

Projekt traktuje o tym, jak Polacy i Niemcy rozumieją historię i jak mogą wspólnie tworzyć przyszłość. Jak ludzie pochodzący z różnych kultur współpracują w międzynarodowych koncernach w kulturze tolerancji i szacunku. Wspólna praca nad zachowaniem dla potomnych tragicznego dziedzictwa służy pojednaniu i wzajemnemu zrozumieniu, a rozwijająca się współpraca polskiej i niemieckiej młodzieży przyczynia się do przezwyciężenia stereotypów i uprzedzeń poprzez wspólne dawanie świadectwa prawdzie o tych straszliwych czasach.

Od początku istnienia VW MP współpracuje z Zespołem Szkół (ZS) w Chocianowie w szerokim zakresie. To nie tylko kształcenie zawodowe, bo przecież wprowadziliśmy dzięki tej współpracy





Internationales
Auschwitz Komitee
International
Auschwitz Committee
Comité International
d'Auschwitz
Międzynarodowy
Komitet Oświęcimski

**CHRISTOPH HEUBNER,
wiceprezydent Międzynarodowego
Komitetu Oświęcimskiego, pisarz i poeta**

Wspólne polsko-niemieckie zaangażowanie pracowników Volkswagena w Miejscu Pamięci Auschwitz to ważny znak dla Ocalałych z Auschwitz. Ponadto bardzo istotne jest wsparcie mentalne pracowników oraz uczniów zakładu Volkswagena, uczestniczących w koncernowych projektach „Praca w Miejscu Pamięci”, jakie otrzymuje Międzynarodowy Dom Spotkań Młodzieży w Oświęcimiu. To także znamienne zobowiązanie w dzisiejszych czasach, szczególnie ważne ze względu na ludzkie i polityczne relacje między Polakami i Niemcami. Na przykładzie tej instytucji Niemcy przejmują odpowiedzialność za Holokaust i dbają o nasz wspólny dom – Europę. Oświęcim/ Auschwitz stały się emocjonalnym centrum świata.



**INES DOBERANZKE-MILNIKEL,
odpowiedzialna z ramienia koncernu
VW za przygotowanie i nadzór nad pro-
jektami polsko-niemieckimi**

Celem programu „Praca w Miejscu Pamięci” jest podniesienie świadomości historycznej i odpowiedzialności Volkswagena wynikających z jego roli w czasach nazizmu. Od 2008 r. wspólnie z Międzynarodowym Komitetem Oświęcimskim realizowany jest program dla managerów, do tej pory wzięło w nim udział już ponad pięćset osób. Obejmuje on m. in. spotkania ze Świadcami tej tragicznej historii i Ocalałymi z Holokaustu. Całość tworzy integralną kulturę pamięci Volkswagena.



w regionie oraz w Polsce zawód mechatronika, ale również inne przedsięwzięcia. W 2001 roku włączyliśmy szkołę do projektu „Praca w Miejscu Pamięci”. Raz w roku uczniowie oraz pracownicy Volkswagena wyjeżdżają na dwa tygodnie do Oświęcimia do Międzynarodowego Domu Spotkań Młodzieży, aby wspólnie pracować na terenie byłego niemieckiego obozu KL Auschwitz-Birkenau. Sprzątają baraki, dokonują niezbędnych napraw, pielęgnują eksponaty, np. buty po byłych więźniach, przedmioty osobiste czy walizki. W programie są także lekcje historii i spotkania z ostatnimi świadkami, którzy przeżyli obóz. Opiekę merytoryczną nad programem objął Christoph Heubner, wiceprezydent Międzynarodowego Komitetu Oświęcimskiego z Berlina, a także literat i poeta, wieloletni współpracownik Aktu

Znaku Pokuty Służby dla Pokoju i współzałożyciel MSDM.

Uczestnicy programu „Praca w Miejscu Pamięci” podkreślają, że obojętność może zabijać. To obojętność doprowadziła do tego, że prześladowano i zamordowano miliony Żydów, członków różnych mniejszości, ludzi o innych poglądach politycznych. Antysemitki poglądy mogą w każdej chwili doprowadzić do załamania cywilizacji. Dlatego tak ważne jest, aby nie zapomnieć, pamiętać, upamiętniać i otwarcie pokazywać swoją postawę. Ważne jest, aby zachować pamięć o niewyobrażalnych zbrodniach, aby pamiętać o Holokauście.

Ta pamięć jest integralną częścią naszej korporacyjnej kultury. Volkswagen opowiada się za tolerancją i szacunkiem w każdej z ponad 120 lokalizacji koncernu na całym świecie. ●

Działać uczciwie

Dobrowolne zobowiązanie Zarządu i Dyrektorów Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o.

Preambuła - Dobrowolne zobowiązanie Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o.

Koncern Volkswagen odnosi duże sukcesy gospodarcze. To nam jednak nie wystarcza: chcemy, aby nasze przedsiębiorstwo stało się wzorem do naśladowania w zakresie ochrony środowiska, bezpieczeństwa i uczciwości. W ramach strategii „TOGETHER -Strategie 2025+” przyjęliśmy ten cel jako jeden z czterech kluczowych i dołączyliśmy go do strategii VW Motor Polska „Razem 2025+”.

My, jako Zarząd i Dyrektorzy VW Motor Polska ponosimy szczególną odpowiedzialność za osiągnięcie powyższych celów, gdyż poprzez nasze decyzje, działania i przykłady do naśladowania kształtujemy firmę i jej pracowników.

Koncern Volkswagen po raz pierwszy sformułował dobrowolne zobowiązanie oparte na 5 przejrzystych zasadach działania. Zarząd i Dyrektorzy VW Motor Polska przejęli nomenklaturę i dostosowali ją do naszej działalności.

Nasze zobowiązania...

- podkreślają, że oprócz zabezpieczenia sukcesu gospodarczego zależy nam, aby Volkswagen stał się pod każdym względem lepszą firmą;
- są wiążącymi i podstawowymi etycznymi fundamentami, którymi kierujemy się w naszej pracy;
- pomagają nam podejmować właściwe decyzje w sytuacji konfliktu interesów;
- jednoznacznie wyrażają, że nie wszystko, co jest legalne, jest uczciwe;
- pokazują naszym pracownikom, że poważnie podchodzimy do procesu zmian, który się rozpoczął.

Dla nas znaczy to więcej, niż słowna deklaracja. Jesteśmy jednym zespołem. Wyznajemy te same wartości. Mamy wspólne elementarne rozumienie tego, w jaki sposób chcemy zapewnić naszemu przedsiębiorstwu zrównoważony rozwój i sukces. Zobowiązujemy się do tego dla dobra koncernu Volkswagen, naszych klientów i pracowników, naszych akcjonariuszy, społeczeństwa i wszystkich zainteresowanych stron, które tego od nas oczekują.

1 W naszych działaniach kierujemy się nie tylko wymaganiami prawnymi lecz również wartościami i zasadami etycznymi.

Każdy kraj, każde społeczeństwo ma swoje własne prawo. A każda społeczność tworzy wartości i normy, które mają jej zapewnić uporządkowane współżycie. Ponadto, przepisy prawne, wartości i normy wyznaczają kierunki w życiu prywatnym. Również pracownicy muszą w swojej działalności zawodowej przestrzegać zasad obowiązujących w przedsiębiorstwie. Priorytet stanowią zatem ogólne zasady postępowania, które obowiązują każdego pracownika i regulują wszystkie relacje z innymi osobami. Zarząd i kadra kierownicza ponoszą szczególną odpowiedzialność za to, aby te zasady przełożyć na konkretne działania w codziennej pracy, zarówno poprzez swoje decyzje jak i pełnienie roli przykładowej dla innych.

My, Zarząd i Dyrektorzy Volkswagen Motor Polska, pracujemy nad tym, aby nasze struktury i procesy, zasady i wytyczne, nasz sposób zarządzania oraz współpracy promował i wspierał uczciwe postępowanie wszystkich pracowników. Zobowiązujemy się zapewnić równość szans w całym przedsiębiorstwie oraz promować jak największą różnorodność. Jako Zarząd i Dyrektorzy stanowimy dla naszych pracowników wzór do uczciwego postępowania, szczerości i odpowiedzialności. Naszym najwyższym priorytetem jest uczciwość wobec wszystkich zainteresowanych stron, urzędów oraz społeczeństwa.

2 Robimy wszystko, by nasi klienci czuli się bezpieczni, byli wydajni i ciągle mobilni.

Przy wyborze środka transportu, oprócz komfortu i bezpieczeństwa, coraz bardziej istotne są również kryteria efektywności i zrównoważonego rozwoju -zarówno z punktu widzenia indywidualnego klienta jak też z perspektywy całego społeczeństwa.

My, Zarząd i Dyrektorzy Volkswagen Motor Polska, stawiamy sobie za cel tworzyć skuteczne rozwiązania dla naszych klientów. Wzbudzamy entuzjazm wysokim poziomem wydajności, przez co wnosimy nasz wkład w trwały rozwój mobilności jutra. Pod tym względem chcemy być pionierami i służyć przykładem.

3 Oferując nasze produkty i usługi przyczyniamy się do **ochrony środowiska, technologicznego postępu oraz poprawy jakości życia.**

Zmiany klimatyczne, dostępność zasobów i urbanizacja są głównymi globalnymi wyzwaniami, które przemysł motoryzacyjny musi szczególnie uwzględniać w swoich produktach.

My, Zarząd i Dyrektorzy Volkswagen Motor Polska, poprzez nasze działania przyczyniamy się, aby procesy produkcyjne, a tym samym nasze produkty, efektywniej wykorzystywały zasoby i były przyjazne dla środowiska.

Najwyższa jakość i zrównoważony rozwój stanowią kluczowe elementy naszej pracy. Stale doskonalimy nasze procesy, stosując przy tym zarówno tradycyjne jak i nowoczesne metody.

Nasza kultura korporacji i zarządzania stanowią podstawę udanej współpracy. Dlatego cenimy przejrzystą komunikację i uczciwość w naszych codziennych działaniach.

My jesteśmy naszą przyszłością - dlatego bierzemy odpowiedzialność za środowisko naturalne, społeczeństwo oraz nasz sukces korporacyjny.

W ten sposób wypełniamy również szczególne zobowiązanie, które wynika z naszej roli jako spółki należącej do koncernu Volkswagen.

4 Do przestrzegania standardów w zakresie **prawości, uczciwości i zrównoważonego rozwoju** zobowiązujemy też naszych dostawców i partnerów biznesowych.

Przedsiębiorstwa, które chcą w wiarygodny sposób opowiadać się za przestrzeganiem zasad etycznych, prawości, uczciwości i zrównoważonego rozwoju, nie mogą utrzymywać relacji biznesowych z przedsiębiorstwami i instytucjami, które nie działają zgodnie z tym samym kanonem.

My, Zarząd i Dyrektorzy Volkswagen Motor Polska, wymagamy od naszych partnerów biznesowych na całym świecie przestrzegania obowiązujących przepisów i norm ekologicznych. Regularnie kontrolujemy zgodność ze standardami i w razie potrzeby jesteśmy gotowi zakończyć relacje biznesowe. W ten sposób promujemy egzekwowanie tych standardów w naszym bezpośrednim otoczeniu.

5 Poprzez rozwój **odpowiedzialnej polityki biznesu** przyczyniamy się do wzmocnienia **spójności społecznej.**

Poprzez własne inicjatywy, darowizny i sponsoring, a także osobiste zaangażowanie pracowników, firmy realizują swoją odpowiedzialność społeczną a także wspierają społeczne koegzystencje.

My, Zarząd i Dyrektorzy Volkswagen Motor Polska, postrzegamy naszą firmę jako good Corporate Citizen czyli „dobrego korporacyjnego obywatela”, który jako bodziec gospodarczy przyczynia się do rozwoju społeczności lokalnej, edukacji i równości szans. Zachęcamy naszych pracowników do podejmowania wolontariatu i wspieramy ich w takich działaniach. Promujemy projekty mające na celu zaangażowanie pracowników i lokalnej społeczności. Wspieramy także wydarzenia kulturalne i sportowe, mając na celu propagowanie zdrowia i budowanie więzi społecznych, kładąc szczególny nacisk na pracę z młodzieżą. Poprzez współpracę z lokalnymi placówkami oświaty oraz umożliwienie dualnego kształcenia, przyczyniamy się do budowania równości szans dzieci i młodzieży.

Zarząd i Dyrektorzy Volkswagen Motor Polska Sp. z o.o.



Dirk Strümpfler
Prezes zarządu



Jacek Rostkowski
Dyrektor produkcji



Joanna Kaniewska
Dyrektor personalny



Florian Müller
Dyrektor finansowy



Andrzej Aleksandrak
Dyrektor logistyki



Patric Treder
Dyrektor zapewnienia jakości



RZECZ O WARTOŚCIACH, KULTURZE I RESPEKCIE

Quo vadis?

Co dalej? Gdzie jesteśmy i dokąd zmierzamy?

Każdy projekt, czy każda inicjatywa, żeby się rozwijać, musi mieć własną, przemyślaną strategię. Obecnie w naszym zakładzie nad rozwojem kultury organizacyjnej, wewnętrznej i zewnętrznej, czuwają dwa ściśle ze sobą współpracujące zespoły: grupa Respekt! – inicjatywa pracowników VW MP i OZ NSZZ „Solidarność” i grupa „Nowa kultura przedsiębiorstwa” – inicjatywa koncernu, którego kierownikiem w naszej firmie jest Ewa Mrok-Salamońska.

Wspólnie przyjętą strategią jest budowanie świadomości o korzyściach płynących z naszej wzajemnej różnorodności zarówno wśród pracowników, jak i społeczności lokalnej.

Brzmi prosto i niezbyt skomplikowanie, lecz jak to robić, żeby było skutecznie? Tutaj z pomocą przychodzi nam kreatywność naszych grup roboczych.



Liczba zrealizowanych pomysłów, wypracowanych działań czy cyklicznych aktywności jest imponująca. Należy wspomnieć o kilku z nich:

- dzień różnorodności (świętowany w VW MP od 2016 r.),
- projekt Praca w Miejscu Pamięci (od 2001 r.),
- Life Festiwal Oświęcim,
- ogólnopolski kongres różnorodności,
- koncernowa konferencja DIVERSITY,
- warsztaty grupy Respekt,
- spotkania grup roboczych: kultury organizacyjnej i Respektu.

O wszystkich naszych działaniach informujemy na bieżąco poprzez dostępne kanały komunikacyjne w naszej firmie: intranetową stronę informacyjną Wiki, spotkania kwartalne, rozmowy grupowe, system powiadamiania SMS/MMS.

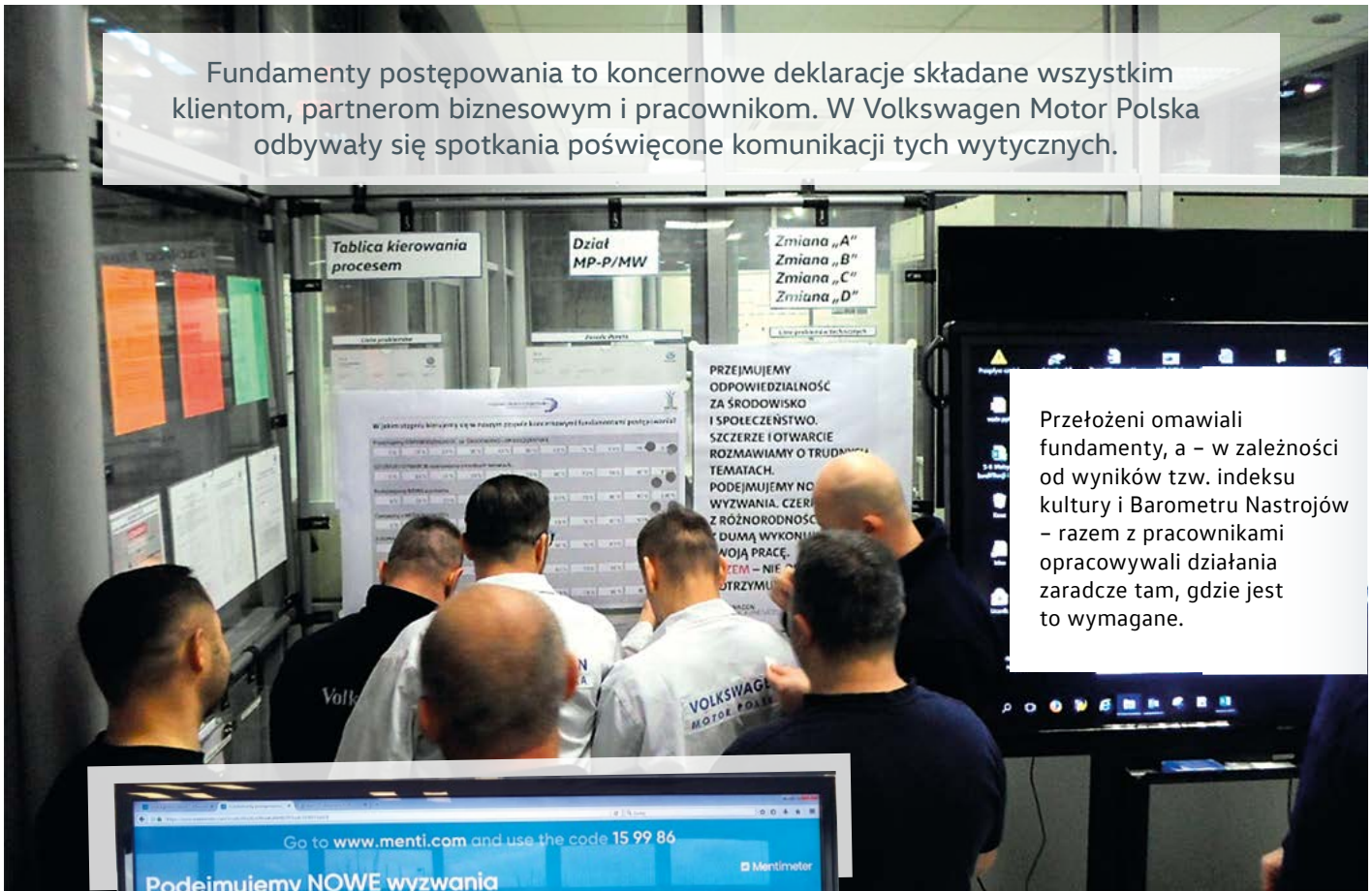
Jeżeli to nie jest wystarczające, proszę pamiętać, że zawsze można podejść do przedstawiciela którejś z grup roboczych i porozmawiać bądź też zgłosić racjonalizatorski pomysł związany z daną tematyką. ●

- ▶ **Przejmujemy ODPOWIEDZIALNOŚĆ za ŚRODOWISKO i SPOŁECZEŃSTWO uważnie**
- ▶ **SZCZERZE i OTWARCIE rozmawiamy o trudnych tematach uczciwie**
- ▶ **Podejmujemy NOWE WYZWANIA odważnie**
- ▶ **Czerpiemy z RÓŻNORODNOŚCI razem**
- ▶ **Z DUMĄ wykonujemy swoją PRACĘ wydajnie**
- ▶ **RAZEM – nie osobno razem**
- ▶ **Dotrzymujemy SŁOWA blisko klienta**

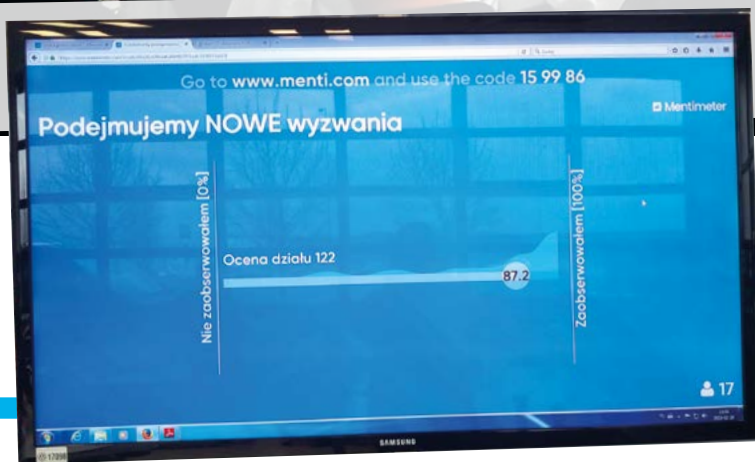


Teamdialogi w VW MP

Fundamenty postępowania to koncernowe deklaracje składane wszystkim klientom, partnerom biznesowym i pracownikom. W Volkswagen Motor Polska odbywały się spotkania poświęcone komunikacji tych wytycznych.



Przełożeni omawiali fundamenty, a – w zależności od wyników tzw. indeksu kultury i Barometru Nastrojów – razem z pracownikami opracowywali działania zaradcze tam, gdzie jest to wymagane.



*Słowo Monitor pochodzi z angielskiego monitoring i oznacza obserwowanie. Monitor to grupa specjalistów powołana do audytowania przedsiębiorstwa, w którym muszą zostać wdrożone wymagania procedury prawnej.

Porozumienia ugodowe, jakie zawarł koncern VW z władzami amerykańskimi w związku z aferą spalinową, podlegają amerykańskiemu Monitorowi. Przez trzy lata wizytuje on zakłady koncernu i nadzoruje wdrażanie rekomendacji, aby nie doszło do podobnej afery w przyszłości.

Fundamenty postępowania (z niem. Konzerngrundsätze) są ściśle powiązane ze strategią i wartościami. Rozmowy w zespołach, tzw. Teamdialogi służyły wypracowaniu wspólnego ich zrozumienia i ocenie.

Rekomendacją amerykańskiego Monitora* było, aby wszyscy pracownicy koncernu Volkswagen (prawie 600 tys. osób) wzięli udział w spotkaniach

Indeks fundamentów postępowania Koncernu VW (tzw. indeks kultury w VW MP)

Fundamenty postępowania Koncernu VW	Pytania Barometru Nastrojów	Index
Przyjmujemy ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA ŚRODOWISKO I SPOŁECZEŃSTWO	23. W naszym zespole każdy ma możliwość, aby postępować w sposób uczciwy.	82,0
SZCZERZE I OTWARCIE rozmawiamy o trudnych tematach	10. W moim zespole nie ukrywamy tematów ryzyka i błędów, lecz otwarcie je omawiamy.	80,3
Podajemy NOWE WYZWANIA	7. W ciągu ostatnich 12 miesięcy w moim zespole zaszły trwałe, pozytywne zmiany.	69,2
Czerpiemy z RÓŻNORODNOŚCI	16. Mam możliwość wyrażenia swoich pomysłów i swojego zdania na ważne tematy związane z pracą.	77,7
Z DUMĄ wykonujemy swoją PRACĘ	14. Lubię moją obecną pracę.	82,7
RAZEM, nie osobno	11. Współpraca z kolegami z innych jednostek lub zespołów jest dobra.	77,2
Dotrzymujemy SŁOWA	8. Realizacja celów mojego zespołu przebiega zgodnie z regulacjami wewnętrznymi i standardami procesów.	80,9
Indeks kultury		78,6

poświęconych komunikacji fundamentów postępowania. W ramach właśnie Teamdialogów, które prowadził bezpośredni przełożony podczas rozmów grupowych, pracownicy oceniali, co już dobrze funkcjonuje w przedsiębiorstwie, a co należy jeszcze poprawić lub zmienić. Wszyscy odpowiadaliśmy na pytanie: w jakim stopniu kierujemy się w naszym zespole koncernowymi fundamentami postępowania?

Spotkania w Volkswagen Motor Polska odbyły się aż w 77 jednostkach organizacyjnych, co oznacza, że wszyscy przełożeni wywiązali się z zadania. Zdecydowana większość zespołów głosowała metodą tradycyjną, zaznaczając swoją odpowiedź pisakiem na plakacie. Ciekawostką jest, że pracownicy działu 122 (obróbka bloku silnika) głosowali za pomocą smartfonów, tzw. metodą mentimeter. ●



FUNDAMENTY POSTĘPOWANIA MAJĄ SIĘ PRZYCZYNIĆ DO ODZYSKANIA ZAUFANIA SPOŁECZNEGO, A TAKŻE DO PRZEDSTAWIENIA KONCERNU JAKO PRZEDSIĘBIORSTWA, KTÓRE DOTRZYMUJE SŁOWA, PRZEJMUJE ODPOWIEDZIALNOŚĆ SPOŁECZNĄ I SZANUJE SWOICH PRACOWNIKÓW.



Wolontariusze z Respektu:
(od lewej) Alan Zimoląg,
Łukasz Młodzik, Grzegorz Nieroda,
Jarek Goździk

„Respekt w Coronie”



Jarek z maseczkami
dla PSP w Głogowie

Wiele instytucji pomocowych, takich jak szpitale, ośrodki pomocy społecznej, hospicja czy fundacje od wielu tygodni mierzy się z epidemią i jej skutkami. Tę trudną sytuację rozumie grupa Respekt, która wyszła z inicjatywą pomocy dla potrzebujących.

Inicjatorami akcji „Respekt w Coronie” są Agnieszka Stefanko i Alan Zimoląg – koordynatorzy działań Respektu. Do akcji włączyło się jeszcze czterech pracowników będących członkami grupy. Chcieli wesprzeć tych, których praca jest w tej chwili zdecydowanie najważniejsza, dlatego zaoferowali swoją pomoc w formie wolontariatu pracowniczego.

W czasie kilkutygodniowego przestoju produkcji autami służbowymi należącymi do naszej floty zakładowej dowozili artykuły spożywcze, sanitarne (płyny dezynfekcyjne, maseczki, rękawice) do różnych instytucji pomocowych i wprost do potrzebujących.

Jednym z przykładów wsparcia potrzebującym było dołączenie do programu „Ciepły posiłek dla samotnego seniora”, wspólnego działania Gminy Miejskiej Głogów i Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej. Posiłki z kuchni św. Alberta nasi wolon-



Grzegorz w Centrum Opiekuńczo-Wychowawczym Zgromadzenia Sióstr św. Elżbiety w Legnicy



Wolontariusze przygotowujący się do działań Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej

tariusze rozwozili osobom starszym i samotnym, nie mogącym liczyć na pomoc najbliższych. Dodatkowym zajęciem, jakiego się podjęli, było przewożenie próbek krwi do badań z Wojewódzkiego Szpitala Rehabilitacyjnego w Janowicach Wielkich i Wojewódzkiego Centrum Szpitalnego Kotliny Jeleniogórskiej do laboratoriów we Wrocławiu – bardzo odpowiedzialnego zadania powierzonego przez Urząd Marszałkowski oraz Stację Sanitarno-Epidemiologiczną.

Instytucje, którym pomogliśmy:

1. Wojewódzki Szpital Rehabilitacyjny w Janowicach Wielkich
2. Wojewódzkie Centrum Szpitalne Kotliny Jeleniogórskiej
3. Zespół Ratownictwa Medycznego w Jeleniej Górze
4. Wojewódzki Szpital Specjalistyczny w Legnicy
5. Fundacja „Owoc Głogu” w Głogowie
6. Fundacja „SOL” w Lubinie
7. Ośrodki Pomocy Społecznej: Polkowice, Grębocice, Przemków, Chocianów, Radwanice, Gaworzycy, Gromadka
8. Powiatowe Centrum Pomocy Rodzinie w Polkowicach
9. Dom Pomocy Społecznej w Głogowie i we Wronińcu
10. Centrum Opiekuńczo-Wychowawcze Zgromadzenia Sióstr św. Elżbiety w Legnicy
11. Dom Dziecka w Głogowie
12. Caritas Diecezji Legnickiej
13. Caritas Diecezji Zielonogórsko-Gorzowskiej
14. Hospicja w Lubinie i w Legnicy
15. Dolnośląski Urząd Wojewódzki
16. Urząd Marszałkowski we Wrocławiu
17. Wojewódzka Stacja Sanitarno-Epidemiologiczna
18. Kuratorium Zawodowe Sądu Rejonowego w Głogowie
19. Straż Miejska w Polkowicach
20. Komenda Powiatowa Policji w Polkowicach
21. Komenda Powiatowa Policji w Lubinie
22. Państwowa Straż Pożarna w Głogowie

Respekt!

SZACUNEK I TOLERANCJA

Nasi wolontariusze:

Jarek Goździk z działu obróbki mechanicznej bloku silnika MDB, **Grzegorz Nieroda** z działu Autonomicznego Utrzymania Ruchu, **Łukasz Młodzik** i **Alan Zimoląg** z działu montażu końcowego silnika II (jednocześnie koordynator akcji).

W tym trudnym dla wszystkich czasie koledzy z Respektu robili, co mogli. Przez 25 dni wsparli wiele instytucji, a także wszystkich tych, którzy potrzebowali doraźnej pomocy. Możemy się tylko domyślać, że ich pracy towarzyszył lęk o ich własne zdrowie i zdrowie najbliższych – tym bardziej postawa naszych wolontariuszy zasługuje na najwyższy szacunek. To prawdziwy dar serca. Dziękujemy! ●



Łukasz odbierający próbki krwi z Janowic Wielkich



Wolontariusze „Ciepły posiłek dla samotnego seniora”
fot. D. Jęczmionka





#RespektChallenge

Celem akcji była promocja naszych wartości i fundamentów postępowania. Uwzględniliśmy przy tym aspekty prospołeczne i środowiskowe zrównoważonego rozwoju, zawierające teorię społecznej odpowiedzialności biznesu, czyli CSR.

Uczestnictwo w challenge polegało na stworzeniu krótkiego filmu, przedstawiającego jak postępujemy według naszych wartości/fundamentów. Respekt-team nominował 12 zespołów. Za każdy film przewidziana została kwota 2 tys. zł netto, którą każdy nominowany team mógł przeznaczyć na dowolny cel charytatywny, zawierający się w ramach 1. fundamentu postępowania VW „Przejmujemy odpowiedzialność za środowisko i społeczeństwo”.

W sumie powstało 11 bardzo ciekawych i niezmiernie różnorodnych filmów, które zostały zaprezentowane kadrze kierowniczej oraz udostępnione wszystkim pracownikom z możliwością ich „lajkowania” na naszej stronie informacyjnej na GroupWiki.

Największą liczbę głosów zdobył film Adama Łabędzkiego, Macieja Małagowskiego i Marka Gogola, do którego zaproszone zostały również dzieci.

Twórcom, aktorom i wszystkim bezpośrednio zaangażowanym w produkcję filmów gratulujemy wspaniałych prac i serdecznie dziękujemy za udział w challenge!

MACIEJ MAŁAGOWSKI

(dział obróbki mechanicznej korbowodu i bloku silnika)

Pomysł powstał w trakcie naszej dyskusji i od początku przyświecała nam idea zrobienia „czegoś innego”. To miało być coś, co wykracza poza budynek zakładu i nie jest zbiorem działań opartych na zasadach polityki środowiskowej, wpisanej w naszą codzienną

pracę, czy też zbiorem aktywności wynikających z zaangażowania koncernowych środków. Sprzątanie świata, w tym przede wszystkim lasu posadzonego przez Volkswagen Motor Polska, było w naszym odczuciu przedsięwzięciem zawierającym wiele wartości. Pokazuje, że Volkswagen dba o las, który posadził i tym samym czuje się za niego odpowiedzialny. Zapraszając do challenge dzieci, chcieliśmy im pokazać, że można nie tylko dobrze się bawić na świeżym powietrzu, ale przy okazji można zrobić coś pożytecznego dla środowiska. Bezcenną lekcją była wizyta w polkowskim PSZOKu (Przedsiębiorstwie Selektywnej Zbiórki Odpadów Komunalnych). Wszystkie te aktywności, tj. sprzątanie lasu, sortowanie odpadów, przygotowanie domków lęgowych dla ptactwa można potraktować jako lekcję, a przede wszystkim jako gest starszego pokolenia, które to dzierżawi planetę od młodego pokolenia. Wszystko zorganizowaliśmy z własnych środków: nagrody dla dzieci, słodycze, catering, materiał na budki lęgowe. Natomiast samochody służbowe wykorzystaliśmy do transportu uczestników oraz przyczepki pełnej odpadów. Myślę, że w ten sposób pokazaliśmy, że nie tylko jesteśmy kadrą kierowniczą, która bierze odpowiedzialność za środowisko, ale przede wszystkim ludźmi żyjącymi w zgodzie z naturą. Poza tym challenge został bardzo pozytywnie odebrany wśród lokalnej społeczności, a udział dzieci w tym zadaniu był dobrowolny i konsultowany z rodzicami. Jeżeli chodzi o film, to zależało nam, aby zwrócić uwagę na to, w jakim świecie żyjemy i jak przyroda „oddaje” człowiekowi to, co od ludzi dostaje. Pod-

kład muzyczny zwraca uwagę na fakt, że nigdy nie jest za późno na zmianę codziennego życia w zgodzie z naturą.

ADAM ŁABĘDZKI

(dział obróbki mechanicznej wału korbowego)

Całą akcję podsumowałbym jako połączenie przyjemnego z pożytecznym. Na pewno ten dzień na długo zostanie zapamiętany przez najmłodszych. Mam również nadzieję, że zostało zasiane ziarno „zielonego myślenia” oraz świadomości, jak wiele od naszego podejścia zależy. Ja wykorzystałem ten czas między innymi na rozmowy z synem o środowisku i jego ochronie. Byłem zaskoczony ilością i trafnością pytań, a dodam, że niestety nie na wszystkie byłem w stanie odpowiedzieć, na przykład: dlaczego wzdłuż lasu leżą odpady opakowań i to w miejscu, z którego są widoczne kosze? Natomiast w rozmowie o udziale hodowli zwierząt w efekcie cieplarnianym bardzo mnie zaskoczyło, wybiło, a nawet trochę zawstydziło stwierdzenie siedmiolatka, że „jedzenie mięsa nie jest w porządku, ponieważ zwierzęta przez to cierpią”. Dodam, że toczyła się ona przy ognisku, kiedy piekliśmy kiełbaski. Kolejna lekcja, tym razem hipo-

kryzji, dla dzieci. Był to świetnie spędzony czas w dobrej atmosferze w szczytnym celu!

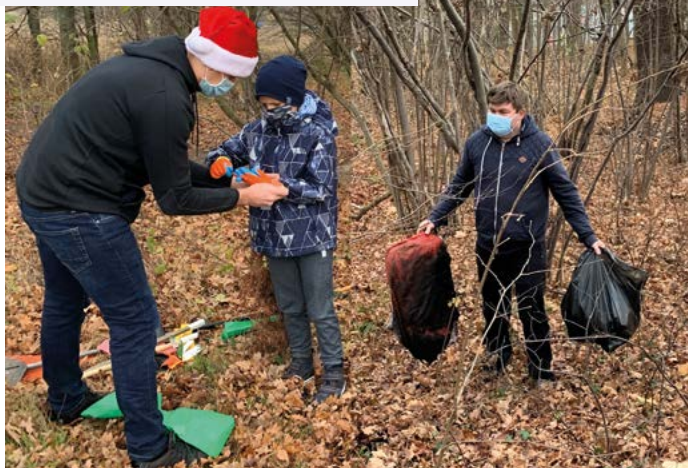
MAREK GOGOL (dział obróbki mechanicznej głowicy cylindra)

Warto było w tym projekcie połączyć zadania przyjemne z pożytecznymi. Polecam pracę z dziećmi, bezcenne doświadczenie.

Zespół Adama, Macieja i Marka postanowił przekazać swoją darowiznę dla Zespołu Opiekuńczo-Wychowawczego dla dzieci im. Jana Pawła II w Jasz kotlu, na opiekę medyczną dzieci ze zróżnicowanym stopniem niepełnosprawności intelektualnej i ruchowej. ●



**PRZEJMUJEMY
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
ZA ŚRODOWISKO
I SPOŁECZEŃSTWO.**



Wszystkie filmy można obejrzeć na naszej stronie informacyjnej VW MP na GroupWiki pod adresem: <https://tiny.pl/rlgfm>

lub skanując kod QR



Pomagamy

Volkswagen Motor Polska od lat realizuje politykę społeczną odpowiedzialności biznesu (Corporate Social Responsibility). Główne kierunki tej polityki to m.in.: troska o pracowników, ich prawa, zdrowie i zabezpieczenie emerytalne, a także ochrona środowiska naturalnego i jego zasobów. To również świadomość konsumenta i znaczenie dbałości o klienta.

Nasza firma jest ponadto społecznie zaangażowana w pomoc lokalnym instytucjom, o czym świadczy chociażby sześć zrealizowanych edycji programu pracowniczego VWolontariat.

W wielu z tych wydarzeń biorą udział nasi pracownicy. Dlatego też w 2019 roku zadbałszy także o nich. Drużynie kolarskiej MTB oraz drużynie piłkarskiej zostały zakupione profesjonalne stroje sportowe z logo naszego

W ostatniej edycji w 2019 roku zwyciężyły następujące projekty:

1.



„Bike&Fun” Adama Rotko, polegający na remoncie i wyposażeniu sali do napraw rowerów w klubie UKKS Oriens w Chojnowie oraz propagowaniu aktywności fizycznej wśród dzieci i młodzieży, a także poprawie warunków treningowych dla zawodników klubu.

2.



„Mali odkrywcy” Piotra Siępietowskiego, którego ideą było utworzenie multimedialnej sali edukacyjnej w Przedszkolu nr 2 w Przemkowie.



3.

„Uroczy zakątek” Przemysława Konkela, mający na celu utworzenie miejsca rekreacyjno-edukacyjnego dla dzieci i młodzieży przy parafii rzymskokatolickiej w Chocianowie.

i wspieramy

zakładu, aby mogli nas godnie reprezentować podczas różnych imprez sportowych.

Poza wsparciem finansowym podarowaliśmy w zeszłym roku gadżety na loterię fantową podczas festynu „Razem dla Igi” w Sobinie. Akcja miała na celu zebranie środków na leczenie chorej dziewczynki.

Kolejnym szlachetnym gestem jest coroczne przekazywanie paczek charytatywnych ze słodyczami. ●



Oprócz programu wolontariatu pracowniczego VW Motor Polska co roku wspiera finansowo różnego rodzaju imprezy sportowe i edukacyjne. Należą do nich:

W 2019 roku podarowaliśmy paczki dzieciom z następujących instytucji:



- Polkowicki Maraton Rowerowy MTB,
- turniej koszykówki ulicznej Streetball Cup Polkowice,
- konkurs edukacyjny dla dzieci i młodzieży organizowany przez polkowicką straż miejską „Z nami bezpieczniej”,
- Dzień Olimpijczyka w szkole w Chocianowie,
- Bieg im. Jana Pawła II w Radwanicach,
- Kasztanowy Turniej Tańca w Głogowie.

32
paczki dla
podopiecznych
Fundacji „Dajmy
Dzieciom Nadzieję”
z Głogowa

30
paczek dla dzieci
z parafii
w Chocianowie

24
paczki dla dzieci
z Pieczy Zastępczej
przy Powiatowym
Centrum Pomocy
Rodzinie
w Polkowicach.

14
paczek dla dzieci
z „Dому Samotnej
Matki z Dzieckiem”
w Głogowie

Od lewej: Dawid Jaszowski,
Jan Ziemkowski i Arkadiusz Kaliszewski



VWolontariat!
Motor Polska

Dobre chęci i zaangażowanie czynią cuda

Nasz pracownik logistyki operacyjnej Dawid Jaszowski, zwycięzca zeszłorocznej edycji programu VWolontariat, razem z innymi wolontariuszami z VW MP – Janem Ziemkowskim i Arkadiuszem Kaliszewskim – ukończył projekt modernizacji szatni i poprawy bezpieczeństwa w Przedszkolu Miejskim w Chocianowie.

Nowa szatnia wygląda imponująco. Dotacja ze strony VW MP wyniosła 10 tys. zł, natomiast koszty wykraczające poza tę sumę poniosły inne zaangażowane w projekt instytucje, np. Lasy Państwowe Nadleśnictwa Legnica i Chocianów, Rada Rodziców oraz Urząd Miasta i Gminy Chocianów. Wszelkie prace remontowe wykonano w ramach wolontariatu.

Modernizacja szatni została przeprowadzona w grudniu ubiegłego roku i składała się m.in. z następujących prac:

- przygotowania powierzchni do montażu płytek podłogowych,
- usunięcia i demontaż parkietu,
- demontażu drzwi i futryn,
- montażu drzwi wewnętrznych,
- wypoziomowaniu posadzki,
- gruntowaniu posadzki.

Dodatkową korzyścią w projekcie jest zakup ozonatora powietrza. Urządzenie to wpływa w znacznym stopniu na podniesienie poziomu bezpieczeństwa, funkcjonalności oraz zapewnia zdrowe i higieniczne warunki pobytu dzieci w przedszkolu. W dobie zagrożenia epidemicznego działanie ozonatora ogranicza liczbę wirusów, bakterii, grzybów czy alergenów w powietrzu.

O projekcie porozmawiałam z koordynatorem Dawidem Jaszowskim.

Dlaczego podjąłeś się realizacji tego projektu?

D.J.: Pomysł VWolontariatu zrodził się w czasie odprowadzania córki do przedszkola. Posadzka i drzwi były dość mocno wyeksploatowane. Dlatego zdecydowaliśmy się na wsparcie.

Czy napotkałeś trudności?

D.J.: Żadnych.

Czy było warto?

D.J.: Oczywiście. Przede wszystkim zrobiliśmy to dla dzieci uczęszczających do przedszkola, które będą mogły korzystać z efektów tego remontu w najbliższych latach. Dodatkowo chcieliśmy wesprzeć pozytywny wizerunek Volkswagen Motor Polska.

Czy zachęcasz innych do takich inicjatyw?

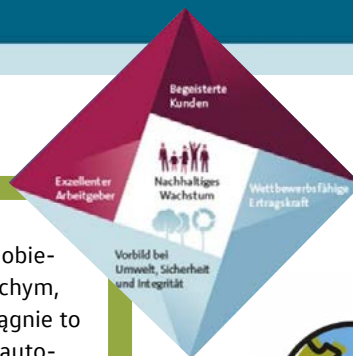
D.J.: Jak najbardziej. Zawsze jest gdzieś ktoś, kto potrzebuje odpowiedniego wsparcia i pomocy.

Gratuluje efektu końcowego! ●



Chcemy chronić klimat i środowisko RAZEM!

Stając wobec obecnych wyzwań i przyszłości koncern Volkswagen zdefiniował strategię „RAZEM2025+”. W ramach nowej wizji „Kształtowanie mobilności – dla przyszłych pokoleń” koncern postawił sobie jasno cel: chce uczynić mobilność zrównoważoną dla obecnych i przyszłych pokoleń.



Zasoby

Zamierzamy zmaksymalizować naszą efektywność wykorzystania zasobów i promować podejście do recyklingu w zakresie materiałów, energii i wody. Do 2025 r. planujemy zmniejszyć o 45 proc. w przeliczeniu na pojazd koszty zewnętrzne związane z produkcją (CO₂, energia, woda, odpady, lotne związki organiczne) w porównaniu z rokiem 2010.

Wwizji tej Volkswagen zobowiązuje się i obiecuje, że „uczyni samochód czystym, cichym, inteligentnym i bezpiecznym” oraz osiągnie to dzięki napędowi elektrycznemu, cyfrowej sieci i autonomicznej jeździe. Ważnym elementem tej strategii jest wola i gotowość do wdrożenia rozwiązań w zakresie ochrony klimatu i środowiska. W tym celu powstała inicjatywa programowa „Go to zero” (można ją tłumaczyć jako „dążymy do zera”, a więc osiągnięcia stanu, w którym będziemy neutralni dla środowiska. Oznacza to, że nie będziemy na nie wpływać negatywnie emisjami, produkcją odpadów czy nadmiernym zużywaniem zasobów, jak woda czy energia elektryczna. Tę wizję koncern zdefiniował w czterech obszarach.

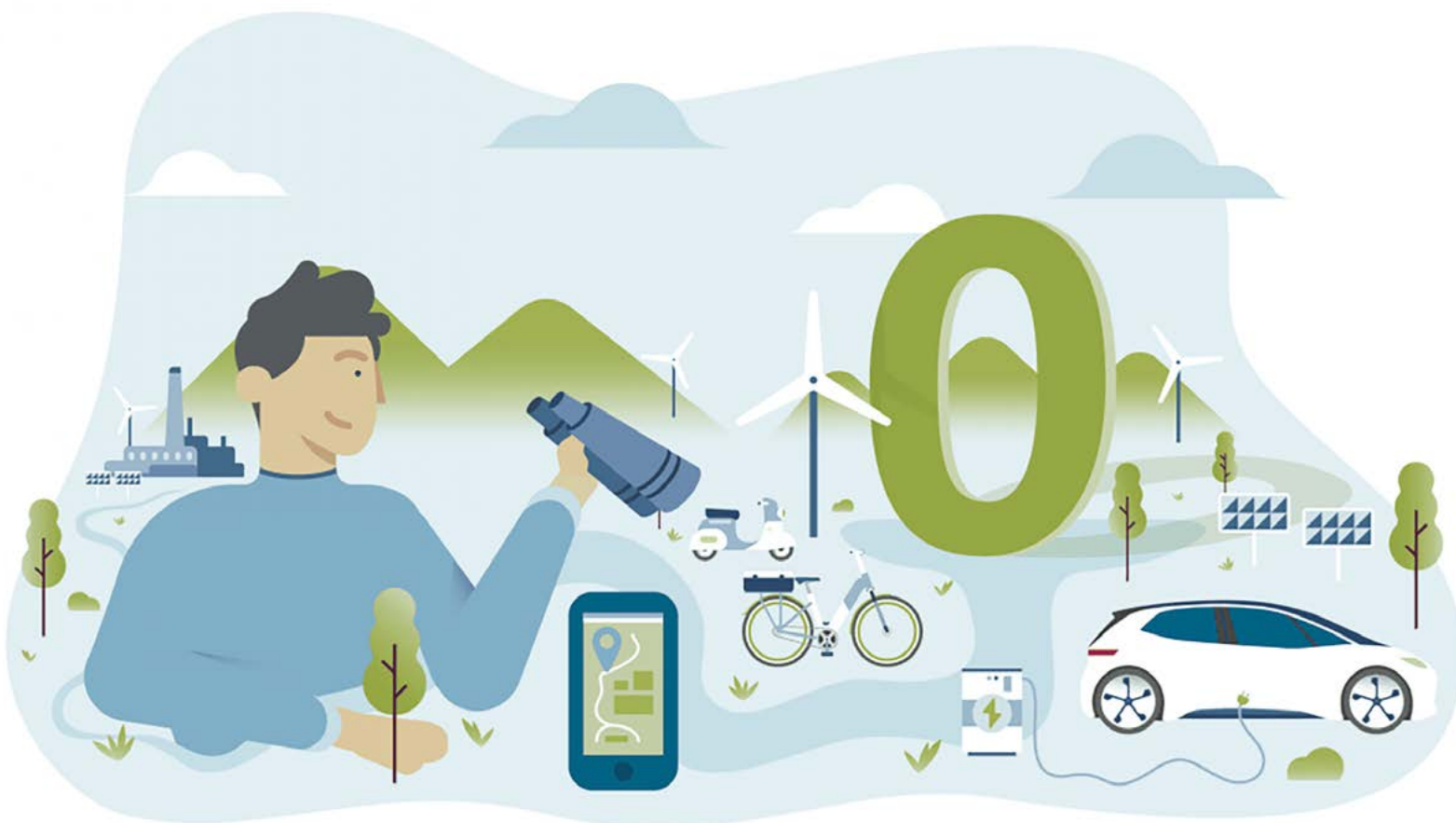
W przypadku wszystkich naszych produktów i rozwiązań w zakresie mobilności staramy się minimalizować wpływ na środowisko w całym cyklu życia – od wydobycia surowców do końca życia – aby utrzymać ekosystemy w nienaruszonym stanie i stworzyć pozytywny wpływ na społeczeństwo.

Przestrzeganie przepisów, norm i dobrowolnych zobowiązań w zakresie ochrony środowiska jest podstawowym wymogiem naszych działań. Skupiamy się na czterech priorytetowych obszarach działania:



Zmiany klimatu

Jesteśmy zaangażowani w realizację celu 2° paryskiej konwencji w sprawie zmian klimatu. Do roku 2050 zamierzamy stać się firmą neutralną pod względem emisji CO₂. Do 2025 r. planujemy zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych z samochodów osobowych i lekkich pojazdów dostawczych o 30 proc. w całym ich cyklu życia w porównaniu z 2015 r. Aktywnie przyczyniamy się do przestawienia się na energię odnawialną w całym cyklu życia.



Jakość powietrza

Rozwijamy elektromobilność w celu poprawy lokalnej jakości powietrza. Do 2025 r. pojazdy elektryczne z napędem akumulatorowym będą stanowić od 20 do 25 proc. portfela modeli. Do roku 2030 udział pojazdów elektrycznych w naszej nowej flocie samochodowej w Europie i Chinach ma wzrosnąć do co najmniej 40 proc.



Umwelt Compliance

Pod względem prawości chcemy stać się wzorem dla nowoczesnej, przejrzystej i odnoszącej sukcesy firmy, instalując i kontrolując skuteczne systemy zarządzania, które obejmują wpływ naszych rozwiązań w zakresie mobilności na środowisko we wszystkich fazach cyklu życia.

zero impact factory

Fabryka bez negatywnego wpływu na środowisko? To jest dokładnie nasz cel! Fabryka, która nie zanieczyszcza naszego środowiska swoimi odpadami i innymi szkodliwymi skutkami dla ludzi, klimatu i ekosystemów. Ekologicznie wzorowe działanie jest rzeczą oczywistą dla wszystkich pracowników produkcji. Jesteśmy aktywnymi projektantami i ambasadorami zarówno wewnątrz, jak i zewnątrz.

goto | zero
IMPACT FACTORY



#PROJECT1HOUR

Dzień Ochrony Klimatu w Volkswagen Motor Polska

„Nikt nie może zrobić wszystkiego, ale każdy może zrobić coś” – takie motto przyświecało światowej akcji koncernu Volkswagen – jednej godziny dla klimatu #Project1hour.

W ydarzenie miało miejsce 22 kwietnia 2021 roku, a jego celem było zaangażowanie wszystkich pracowników koncernu – prawie 670 tys. osób – do wspólnych przemyśleń i dyskusji na temat ochrony klimatu.

Mimo że pandemia koronawirusa obecnie rzuca cień na wszystko, kryzys klimatyczny cały czas istnieje i stanowi jedno z największych wyzwań naszej historii. Jednocześnie zwalczanie zmian klimatycznych daje jednak również nowe szanse i możliwości – dla środowiska, dla ludzi na całym świecie oraz dla przedsiębiorstw



Dariusz Bralewski

6. Podsumowanie i film #RespectChallenge

- Podsumowanie przez prowadzących
- Informacja o platformach cyfrowych
- Opinia

5. Film D. Attenborough + dyskusja – moje zaangażowanie na rzecz ochrony klimatu

- Opracowanie osobistych sposobów zaangażowania na rzecz ochrony klimatu
- Omówienie zespołowe osobistych sposobów zaangażowania i możliwych działań grupowych
- Definicja następných kroków

4. Szybki test CO₂

- Pytania wielokrotnego wyboru związane z osobistym stylem życia i emisjami CO₂
- Krótka dyskusja na temat osobistego śladu węglowego

1. Powitanie

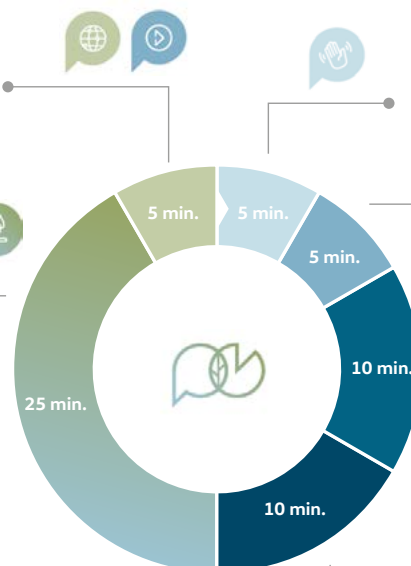
- Wprowadzenie przez moderatorów
- Program i cel warsztatu „1Hour”

2. Film koncernowy

- Zmiany klimatyczne dotyczą nas wszystkich
- Działania firmy Volkswagen w ramach celów klimatycznych
- Każdy musi działać

3. Quiz dotyczący klimatu

- Fakty o kryzysie klimatycznym
- Znaczenie dla społeczeństwa i działania ukierunkowane na cele klimatyczne
- Działania osobiste



mógł zgłosić swój pomysł lub propozycje działania na rzecz ochrony środowiska. Zgłoszone pomysły posłużą jako inspiracja do dalszych działań.

Podczas spotkań pracownicy mieli szansę na zdobycie unikatowych informacji o kryzysie klimatycznym. Wszystko po to, aby zrozumieć, jak ważne jest niezwłoczne podjęcie działań. Finalnie chodzi o to, aby każdy z nas podjął kroki, zrobił coś dla ochrony klimatu i to już teraz. Warto dodać, że w warsztatach również wzięli udział nauczyciele i młodzież z Zespołu Szkół w Chocianowie.



Ela i Krzysiek Hermanowie z córką Gabrysią podczas sprzątania okolicznego lasu



Basia córka Moniki Staszyszyn

takich, jak Volkswagen. Wiemy, że kryzys klimatyczny jest spowodowany działalnością człowieka, nadal mamy jednak szansę na ograniczenie tych zmian.

Dla pracowników naszej fabryki dział komunikacji wewnętrznej i grupa Respekt zorganizowali w trzech terminach do wyboru warsztaty tematyczne w formie online. Były filmy, quiz sprawdzający wiedzę o ochronie środowiska i dyskusje. Te cieszyły się sporym zainteresowaniem i pracownicy chętnie opowiadali o tym, co już robią dla ratowania naszej planety i dzielili się swoimi doświadczeniami. Każdy

Ciesz się faktem, że idea ochrony naszej planety leży na sercu naszym koleżankom i kolegom, czego wyrazem jest ich włączenie się w globalną akcję wraz z najbliższymi.

Koncern Volkswagen już rozpoczął swój program dekarbonizacji na podstawie celu klimatycznego ONZ. Polega on na ograniczeniu globalnego ocieplenia na Ziemi do maksymalnie 2°C. Celem programu jest zmniejszenie emisji CO₂ do 2025 r. o 30 proc. względem 2015 r. oraz neutralność CO₂ do 2050 r.

Zwieńczeniem Dnia Ziemi było posadzenie Dębu Szacunku przez prezesa zarządu VW MP, przewodniczącą organizacji związkowej NSZZ „Solidarność” oraz koordynatorów grupy Respekt. ●



Na zdjęciu (od lewej): Dirk Strümpfler, Włodzimierz Broda, Agnieszka Stefanko, Tomasz Łaszkievicz i Alan Zimoląg

Wybrane działania z zakresu KULTURY, INTEGRITY I COMPLIANCE w VW MP

Jakie aktywności podejmujemy, aby nasza kultura organizacyjna przekładała się na właściwą postawę i działania, oraz aby w naszych codziennych zadaniach nie zapominać o zasadach prawości i compliance? Warto przypomnieć najważniejsze akcje i wydarzenia, w których uczestniczył Volkswagen Motor Polska.

- Publikacja dobrowolnego zobowiązania zarządu VW Motor Polska „Działać uczciwie”.
- Akcja #RespektChallenge, której celem było nakręcenie 12 filmików z uwzględnieniem naszych wartości i koncernowych fundamentów postępowania. Dodatkową motywacją było pozyskanie środków finansowych od przedsiębiorstwa za każdy film i przekazanie ich na cele charytatywne.

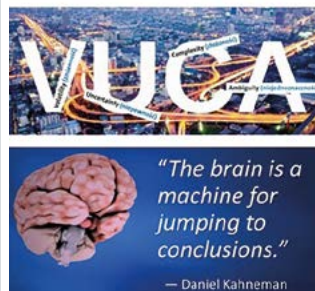


Together4Integrity
Wir halten unser Wort

Dotrzymujemy słowa



- Warsztaty strategiczne dla kadry kierowniczej z udziałem chętnych pracowników z tzw. „dzikiej karty”.
- Akcja charytatywna klubu Impuls, zbiórka pieniędzy na chorego Szymonka w 2021 r. Zebrałiśmy w sumie 8362,92 zł. Razem wspieramy się w potrzebie.



- Realizacja projektu wolontariatu pracowniczego „Ścieżka zmysłów w Chocianowie”.



- Organizacja Dnia Ziemi i Dnia Klimatu w formie koncertowej akcji #Project1hour. Włączamy w akcję szkołę w Chocianowie i Starostwo Powiatowe w Polkowicach. Podnosimy **świadomość ekologiczną** i współpracujemy z **lokalnymi partnerami**.
- Świątujemy Dni Bioróżnorodności. W 2021 r. pod hasłem „Live in harmony with nature”. Dzielimy się doświadczeniami i pomysłami.



- Szereg przedsięwzięć ściśle związanych z koncernowym programem: **Diversity wins @ Volkswagen – Różnorodność wygrywa w Volkswagencie**. Program skierowany jest do wszystkich pracowników VW na całym świecie. Służy on promowaniu, wdrażaniu i pielęgnowaniu kultury różnorodności i akceptacji. Do udziału w ww. przedsięwzięciach zaprosiliśmy również uczniów i nauczycieli Zespołu Szkół z Chocianowa, naszych kolegów z Niemiec, Chin i Meksyku oraz z zaprzyjaźnionego VW Poznań. Wspólnie chcemy tworzyć środowisko sprzyjające włączaniu, a nie wykluczaniu, środowisko, które będzie motywować i napędzać do działania.



- Coroczne edycje programu VWolontariat. Wybrane projekty: „Modernizacja miejsca piknikowego we wsi Pogorzelska”, „Remont sali w świetlicy wiejskiej w Jakubowie Lubińskim”.

- 2021 r. - akcja charytatywna na stadionie w Polkowicach „Zadeptać raka” dla naszych dwóch chorych kolegów.
- Wspólny workshop ambasadorów prawości i członków grupy Respekt, wspólne wypracowanie działań promujących kulturę organizacyjną w naszej firmie przy wykorzystaniu wyników Barometru Nastrojów.



- Coroczny udział w Festiwalu Filmów Odpowiedzialnych „17 celów” w Poznaniu. W 2020 r. z filmem „Respekt”, w 2021 r. z filmem „Ton from the top” promujący uczciwe zachowanie w miejscu pracy i życiu prywatnym, w 2022 r. z filmem „Dzień różnorodności 2022”.

- Współorganizacja przez Grupę Respekt Dnia Olimpijczyka w Chocianowie. Celem akcji jest promowanie naszych firmowych wartości i kultury organizacyjnej. Impreza jest organizowana od kilkunastu lat i ma na celu krzewienie idei sportu oraz zdrowego trybu życia.



- Przyłączenie się do ogólnopolskiej kampanii „Pola Nadziei”. Razem z uczniami Salezjańskiej Szkoły Podstawowej im. Św. Dominika Savio w Lubinie Beata zasadziła cebulki żonkili, ufundowane przez stowarzyszenie Palium z Lubina. Posadzone na terenie szkoły kwiaty zakwitną na wiosnę, tworząc POLE NADZIEI. Dzięki udziałowi w tej ogólnopolskiej kampanii mamy okazję po raz kolejny zaangażować się społecznie jako odpowiedzialny pracodawca w ramach wolontariatu pracowniczego. Natomiast sam symbol akcji – żółty żonkil, przypomina o ludziach cierpiących, oczekujących naszej pomocy i opieki w najtrudniejszych chwilach życia.



- 2021 r. – akcja choinkowa, polegająca na zrealizowaniu marzeń upominkowych dzieci z Domu Dziecka w Golonce Dolnej. Nasi pracownicy, odpinając zawieszane na choince karteczki z życzeniami dzieci, pokazali wielkie serce i sprawili, że na twarzach dzieci pojawił się uśmiech.





Volkswagen Motor Polska organizuje **szkolenia z udzielania pierwszej pomocy** dla nowo zatrudnionych pracowników oraz dla wszystkich pracowników w ramach szkoleń BHP, przeprowadzanych co dwa lata. W firmie jedna na 20 osób w dziale jest ratownikiem. Ratownicy przechodzą dodatkowe szkolenia praktyczne i teoretyczne, zakończone uzyskaniem certyfikatu. Firma dysponuje też defibrylatorami AED.



W celu promowania wśród pracowników tematyki ochrony kręgosłupa i metod zapobiegania jego dolegliwościom Volkswagen Motor Polska przeprowadził akcję „**Szkoła pleców**”. Opublikowano też ulotkę „Zdrowy kręgosłup” i przeprowadzono szkolenie „Bezpieczny kręgosłup w podróży”.

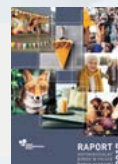


Ambulatorium zapewnia swoim pracownikom całodobową opiekę medyczną przez siedem dni w tygodniu. Pracownicy mogą w godzinach pracy korzystać z finansowanych przez pracodawcę programów promujących zdrowie oraz z konsultacji lekarskich. Przygotowano też dla nich broszury i ćwiczenia, a także wprowadzono edukację zdrowotną.



W 2006 roku wprowadzono projekt „**Przyszła mama**”, w ramach którego kobiety w ciąży mogą pracować od 6,5 do 8 godzin dziennie, otrzymując pełne wynagrodzenie. Mają również możliwość elastycznego rozpoczynania i kończenia pracy. Jeżeli kobieta w ciągu dnia pracuje dłużej niż 6,5 godziny, pozostały czas gromadzi na swoim indywidualnym koncie „godzin na plus”, które może wykorzystać w dogodnym dla siebie terminie, także po urlopie macierzyńskim. Dzięki programowi firma może sprawniej organizować czas pracy.

W 2017 roku centrum rehabilitacji zorganizowało dla pracowników **naukę chodzenia z kijami nordic walking** pod okiem instruktorów. Odbyły się cztery godzinne spotkania na leśnej drodze w okolicach Polkowic.



Cały raport jest dostępny na stronie:
www.odpowiedzialnybiznes.pl



Uniwersytet
Ekonomiczny
we Wrocławiu

Współpraca ze szkołami wyższymi. Volkswagen Motor Polska współpracuje ze szkołami wyższymi (m. in. Politechniką Wrocławską, Uniwersytetem Ekonomicznym we Wrocławiu, Państwową Wyższą Szkołą Zawodową w Legnicy). Współpraca ta polega na wymianie informacji między firmą a uczelniami, w zakresie rekrutacji, tworzonych ścieżkach rozwoju kariery oraz profili poszukiwanych pracowników. Program umożliwia prowadzenie wspólnych prac badawczo-rozwojowych, a także tworzenie prac dyplomowych odpowiadających na bieżące zapotrzebowanie firmy.

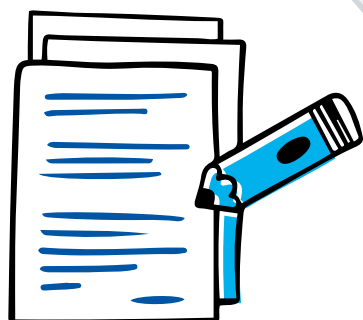


Politechnika
Wrocławska



Akcje edukacyjne grupy Respekt i pracowników młodocianych mechatroników z Zespołem Szkół w Chocianowie na rzecz ochrony środowiska i różnorodności biologicznej, m. in. akcja sadzenie drzew czy sprzątania lasu.

Są to przykłady zastosowania zasad odpowiedzialności do wszystkich sfer funkcjonowania firmy: ładu organizacyjnego, praw człowieka, praktyk z zakresu pracy, środowiska, uczciwych praktyk operacyjnych, zagadnień konsumenckich oraz zaangażowania społecznego. W tym roku zgłosiliśmy wiele dobrych praktyk, zarówno wieloletnich, jak i kilka nowych.



Karta Stosunków Pracy, definiując prawa i obowiązki pracodawcy i reprezentacji pracowników, stanowi podstawę dialogu i współpracy dla przedstawicieli Volkswagen Motor Polska i załogi. Jej celem jest standaryzacja prawa do powiadamiania, konsultacji i współdecydowania. Wymiernym efektem działania karty w praktyce jest np. udział obserwatorów ze związków zawodowych w rekrutacji nowych pracowników (także tymczasowych) czy w audytach dla przyszłych kadr kierowniczych.

Dary dla kliniki „Przyłodek Nadziei” to akcja zorganizowana w Volkswagen Motor Polska, w ramach której pracownicy zaangażowali się w zbiórkę upominków z okazji Dnia Dziecka. Obdarowane zostały dzieci z wrocławskiej kliniki „Przyłodek Nadziei”, walczącej z chorobą nowotworową.

Źródło: commons.wikimedia.org, foto: Ratujemy42



Co roku zgłaszamy dobre praktyki do raportu „Odpowiedzialny biznes w Polsce. Dobre praktyki”.

Jest to publikacja przygotowywana i wydawana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu nieprzerwanie od 2002 roku. W raporcie znajdują się opisy nowych oraz długoletnich dobrych praktyk społecznej odpowiedzialności biznesu.



Firma Volkswagen Motor Polska jest Ambasadorem **Life Festival Oświęcim**. W ramach projektu wolontariusze – pracownicy przedsiębiorstwa oraz uczniowie Zespołu Szkół w Chocianowie – zaangażowali się w prace organizacyjne i obsługę wydarzenia. Na potrzeby imprezy udostępniono też służbowe auta. Wolontariusze zajmowali się głównie przewozem artystów oraz członków zespołów. W trakcie festiwalu prowadzono działania edukacyjne a także stoisko informacyjne programu „Respekt – szacunek i tolerancja”.



Volkswagen Motor Polska prowadzi działania na rzecz edukacji, realizując program „**Edukacja poprzez silniki**”. Projekt zakłada zwiedzanie zakładu w Polkowicach młodzieży szkolnej i nauczycielom. Podczas zwiedzania uczniowie poznają budowę i sposób funkcjonowania silników wysokoprężnych. Innym efektem projektu jest bezpłatne przekazywanie szkołom silników wyprodukowanych przez zakład jako pomocy dydaktycznych.

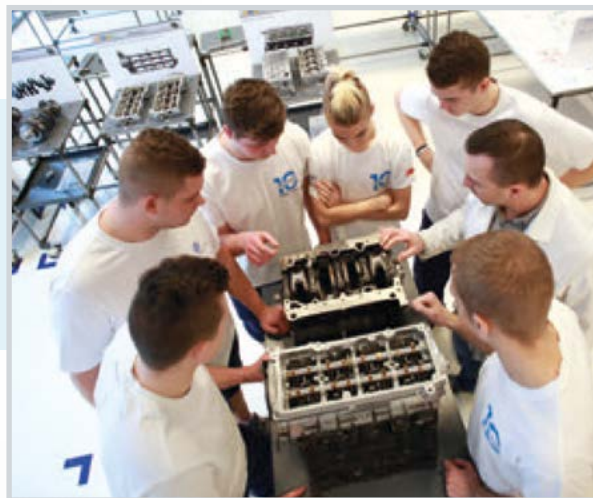


razem
dla UKRAINY

Zaangażowanie VW MP w pomoc na rzecz potrzebujących instytucji oraz osób prywatnych. Od początku wojny wsparcie uchodźców z Ukrainy i ich rodzin. Firma przekazała na rzecz Polskiego Czerwonego Krzyża kwotę 150.000 PLN w celu wynajęcia przez PCK powierzchni magazynowych, wchodzących w skład szlaku transportowego PCK. Wsparcie Centrum Wytchnieniowo-Koordinacyjnego w Stalowej Woli, które stało się schronieniem i miejscem czasowego pobytu dla wielu ukraińskich dzieci z domów dziecka, uciekających przed wojną.

Projekt „Stażysta”, realizowany od 2012 r., jest skierowany nie tylko do absolwentów kierunków technicznych. Kryterium udziału w płatnych stażach jest status studenta lub absolwenta.

W ramach stażu uczestnicy otrzymują wynagrodzenie według określonej stawki obowiązującej w firmie oraz dodatkowe świadczenia (dodatek urlopowy i świąteczny, dostęp do bezpłatnej opieki medycznej, pakiety sportowe). Od 2012 roku staż odbyło 30 osób, które dołączyły do zespołów: serwisu technicznego, działu jakości, personalnego, finansowego, logistyki oraz IT.



20 fantomów na 20-lecie istnienia firmy zostało uroczysto wręczone w grudniu 2018 roku 20 lokalnym jednostkom Ochotniczej Straży Pożarnej. Była to wspólna inicjatywa ze strony załogi oraz przedsiębiorstwa z okazji 20-lecia istnienia zakładu. Akcją wsparli nasi pracownicy, związek zawodowy oraz pracodawca.



Program VWolontariat jest formą wolontariatu pracowniczego fabryki silników Volkswagen Motor Polska, polegającą na wsparciu finansowym w wysokości każdorazowo do 10 tys. zł inicjatyw pomocowych realizowanych przez pracowników w czasie wolnym od pracy. Kryterium wyboru projektów do dofinansowania jest liczba wolontariuszy (w tym spoza VW MP) zaangażowanych w dane działanie. W roku 2017 skoncentrowano się na potrzebach edukacji dzieci i młodzieży oraz ich rozwoju fizycznym, natomiast w roku 2018 na poprawie bezpieczeństwa i warunków bytowych podopiecznych lokalnych placówek.



Volkswagen Motor Polska oferuje pracownikom szkolenia dotyczące **autonomicznego utrzymania ruchu**. Opierają się one na dzieleniu się wiedzą i doświadczeniem przez ekspertów. Dwudziestu pracowników zdobywa nowe kompetencje podczas 20 tygodni szkolenia zakończonego egzaminem. Następnie wdrażają oni wiedzę w pracy na linii, a ich rozwój jest koordynowany przez kierownika działu. Pracownicy mają też możliwość udziału w szkoleniach oferowanych przez firmy zewnętrzne.



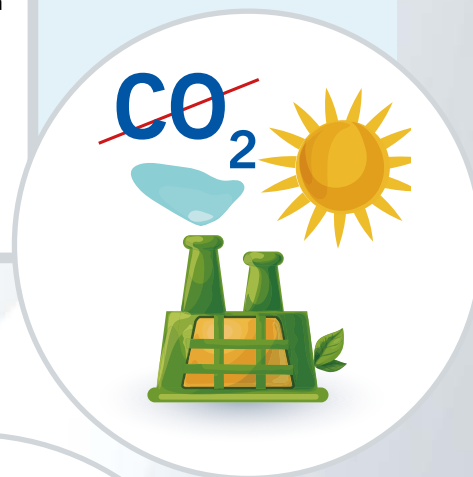
Klub VW Impuls to oddolna inicjatywa pracowników Volkswagen Motor Polska, mająca na celu wzajemną pomoc koleżeńską zarówno wśród kolegów z pracy, jak i lokalnej społeczności. Na zasadzie wolontariatu pracownicy udzielają pomocy osobom potrzebującym, organizując zbiórki pieniędzy, rzeczy, ubrań czy zabawek.



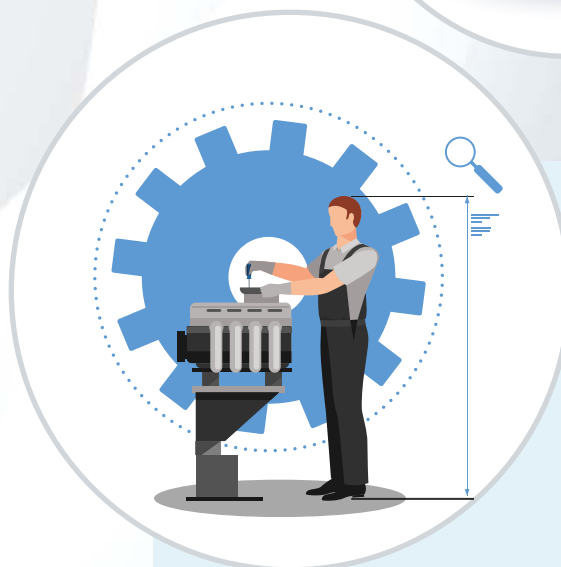
Zero emisji dwutlenku węgla to założenie realizowane przez Volkswagen Motor Polska w miesiącach letnich. Wówczas emisja CO₂ pochodząca ze źródeł energetycznych zakładu wynosi 0 kg. Zakład nie zużywa gazu ziemnego ani ciepła technicznego z zewnętrznej ciepłowni. Jest to możliwe dzięki zakupowi energii elektrycznej z elektrowni wodnych.

Działania proekologiczne

prowadzone przez firmę Volkswagen Motor Polska to m.in.: transfer know-how, zakup nowoczesnych urządzeń niskoemisyjnych, stosowanie obiegów zamkniętych zamiast „end of pipe”, wdrożony i stosowany system zarządzania środowiskiem i energią według norm ISO 14001, ISO 50001, systematyczne kontrole i monitoring działań pod kątem środowiskowym.



Analiza cyklu życia jest jedną z metod zarządzania środowiskiem w firmie Volkswagen Motor Polska. Ma ona na celu ocenę potencjalnych zagrożeń dla środowiska w połączeniu z efektywnością ekonomiczną. Przy zakupie nowych maszyn produkcyjnych jest brane pod uwagę ich oddziaływanie na środowisko.



Punktem wyjścia do uruchomienia Centrum Rehabilitacji był program „Ocena postawy ciała na stanowisku pracy” realizowany wśród załogi. Centrum wyposażono w nowoczesny sprzęt do fizykoterapii. Znajduje się tam również sala gimnastyczna i siłownia.

