

one

MAGAZYN CWS
DLA PRACOWNIKÓW
02/2020



na słowko

Różnorodność zaczyna się od słuchania

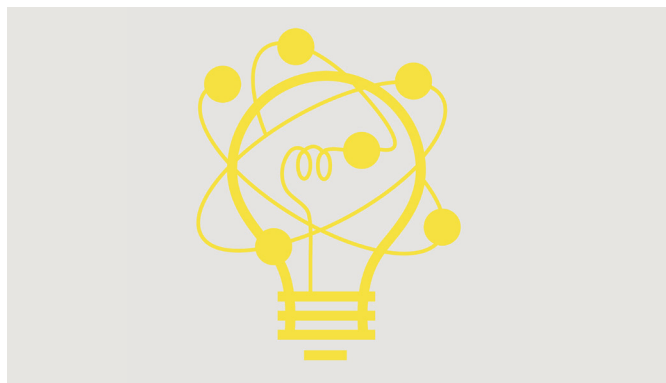
CWS



niewidoczni mistrzowie

Nasi bohaterowie w czasach koronawirusa

Strona 10



w firmie

„Materiały, które nie idą na emeryturę”

Strona 14

na miejscu

Na miejscu w Europie

Strona 3

na słowko

Różnorodność zaczyna się od słuchania

Strona 5

rzut oka

Higiena na poziomie nano – profi-con przyłącza się do rodziny CWS

Strona 7

salon wystawowy

Inteligentny pakiet higieniczny CWS SmartWash Plus

Strona 8

wspólny sukces

Wypadki przy pracy: zero wypadków celem CWS

Strona 9

niewidoczni mistrzowie

„Kryzys połączył CWS”

Strona 12

Witaj,

Już przed pandemią koronawirusa firma CWS była profesjonalistą w sprawach higieny. A jednak pandemia zmieniła wszystko również dla nas. Dopasowaliśmy naszą ofertę, zreorganizowaliśmy naszą współpracę i dostosowaliśmy się do nowej sytuacji. Wiele naszych koleżanek i kolegów z administracji nadal pracuje głównie w domu, ze wspólnych pomieszczeń można korzystać tylko przy zachowaniu ścisłych zasad higieny. W związku z tym podjęliśmy decyzję, aby przekształcić nasz magazyn pracowniczy „One” w magazyn cyfrowy. Pracownicy mają teraz dostęp do niego z dowolnego miejsca. Klienci również uzyskują w ten sposób głębszy wgląd w codzienną pracę swojego dostawcy systemu.

CWS podkreśla również jeden z aspektów zrównoważonego rozwoju: Różnorodność. W tym wydaniu CEO Jürgen Höfling wyjaśnia w wywiadzie, dlaczego różnorodność i współpraca opłacają się dwukrotnie. W rubryce „ukryci mistrzowie” przeczytacie o dalszym rozwoju rodziny CWS, a także o tym, jak pozytywnie wykorzystana kryzys. Jaką rolę odegrała w tym ścisła współpraca obejmująca całą Grupę oraz jak kieruje się firmą, działającą w całej Europie w okresie pandemii, relacjonuje w wywiadzie „na słowo” Steffen Langner, Head of Continuous Improvement i Kierownik Corona Taskforce w firmie CWS. W rubryce „showroom” można przeczytać więcej o najnowszym pakiecie higienicznym firmy CWS – CWS SmartWash Plus. Pakiet łączy dobrze znane CWS SmartWash z cyfrowym lustrem, które wykorzystuje animację, aby zachęcić użytkowników toalety do mycia rąk. W sekcji „na miejscu” można dowiedzieć się, jakie inne projekty rozpoczęła lub rozwijała Grupa CWS w 2020 roku.

Wszyscy News Managerowie życzą przyjemnej lektury nowego „One”!

Twój Zespół Redakcyjny

Masz pytania, sugestie czy uwagi?
Wyślij email na adres
corp-communications@cws.com.



Lea Fielstette
Manager Corporate
Communications



Dr. Maren Otte
Group Director
Corporate Communications
& Responsibility

Na miejscu w Europie



Tak, rozmiar jest ważny: CWS wchodzi na rynek z ofertą bezdotykowej przymiarki odzieży

Czy nie byłoby wspaniale, gdyby klienci mogli ustalać odpowiedni rozmiar ich odzieży roboczej także w trybie online? To niemożliwe? A jednak, to jest możliwe! Firma CWS pracuje właśnie nad nowym narzędziem online, które pomaga klientom w dokładnym ustalaniu pasujących do nich rozmiarów. To narzędzie uzupełnia fizyczną przymiarkę i umożliwia CWS zalecanie właściwego rozmiaru odzieży dla każdego użytkownika.

Sz szczególnie w dzisiejszych czasach lub podczas okresowej nieobecności przymiarki online mogą przebiegać szybko, łatwo i naturalnie w pełnej zgodności z przepisami o ochronie danych osobowych. Dane klientów pozostają poufne i są wykorzystywane tylko przez to bezpieczne narzędzie online.

To działa tak:

- CWS wysyła link do klienta.
- Klient odpowiada na kilka krótkich pytań o jego wiek, wzrost i wagę.
- Zebrane informacje są wykorzystywane do obliczenia zalecanego rozmiaru odzieży dla indywidualnego klienta.

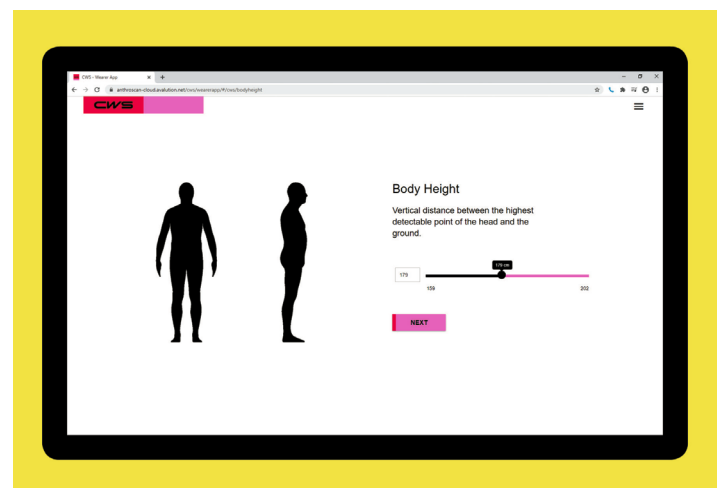
W ten sposób nowe narzędzie online umożliwia CWS oferowanie uzupełniającej fizyczną przymiarkę usługi online, która przydaje się, kiedy klient nie może uczestniczyć w przymiarce offline z przedstawicielem działu sprzedaży

CWS. Istotą pomysłu jest to, aby przy wyborze odzieży roboczej dać klientom pewność, że także w trybie online otrzymają właściwy rozmiar i nie muszą martwić się o możliwe zwroty. Dodatkowy plus: narzędzie jest dostępne przez całą dobę, a rozmiary są zalecane natychmiast i odzież można zamawiać szybciej.

Doskonałe rozwiązanie w czasach Covid-19

Julie Nauwelaerts, International Innovation Manager w CWS, przedstawia kolejny korzystny aspekt. „Szczególnie w czasach Covid-19 i nakazu dystansu społecznego niezwykle ważne jest, aby oferować naszym klientom bezdotykowe i higieniczne rozwiązanie, które umożliwi im kontynuowanie zaopatrywania ich pracowników w odzież roboczą. Użytkownik oszczędza czas, nie musi szacunkowo określać swojego rozmiaru lub przymierzać odzieży kolegów - nasze narzędzie jest odpowiedzią na nowe i uzasadnione wymagania, które przyniosła ze sobą globalna pandemia.”

Wprowadzanie nowego narzędzia rozpoczęło się w kwietniu, najpierw w krajach Beneluxu, a następnie w Niemczech i w Szwajcarii. Następnie planowane jest jego wprowadzanie we wszystkich innych regionach.





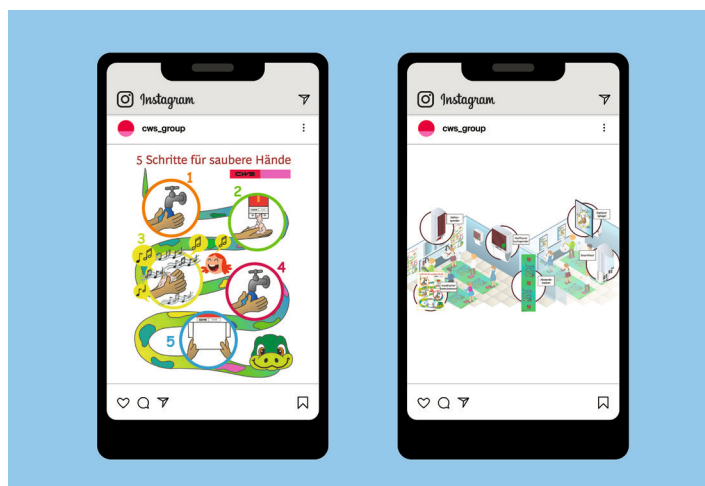
Bezpieczeństwo w miejscu pracy: higiena w przemyśle

Specjaliści od sprzedaży w CWS patrzą nie tylko na toalety i analizują potrzeby klientów w zakresie wyposażenia higienicznego w pomieszczeniach przemysłowych.

Po starcie sprzedaży rozwiązań dla przedszkoli i do higieny rąk, dywizja Higiena opublikowała w październiku pakiet dla „Przemysłu”. Sprzedawcy w całej grupie CWS koncentrują się na wyposażeniu pomieszczeń przemysłowych i produkcyjnych. Uwzględniają przy tym aktualne zasady przestrzegania higieny wymuszone przez pandemię koronawirusa, ponieważ stawiają one szczególne wymagania, np. w zakresie higieny rąk.

Specjaliści od sprzedaży w CWS patrzą zatem nie tylko na toalety i analizują indywidualne potrzeby klientów. Dotyczy to np. mat podłogowych przy wejściach do obiektów i w strefach intensywnie użytkowanych oraz dozowników środków dezynfekcyjnych przy wejściach, w strefach produkcji lub w kantynach. Managerowie produktów udostępniają, obok dobrze już sprawdzonych produktów, także nowe artykuły wprowadzone niedawno do portfolio.

Pracę zespołu wspierają posty w mediach społecznościowych, jak LinkedIn, Facebook i Instagram. Moją one generować dodatkowy popyt i zwracać uwagę na ofertę CWS.



Rebranding zakończony: firma Vendor zmieniła nazwę na CWS

1 lipca był ważną datą dla CWS. Tego dnia zakończyły się związane z rebrandingiem działania w głównej siedzibie firmy Vendor w Tilburgu. Nowi koledzy rozpoczęli oficjalnie wysyłanie odpowiednich informacji mailowych do wszystkich klientów z ich nowych kont CWS. Rozwiązania produktowe firmy Vendor, np. podajnik ręczników IQ do intensywnie użytkowanych toalet, zostały poddane kompletnemu rebrandingowi i zintegrowane z portfolio CWS. Jednocześnie zaprzestano stosowania marki „Vendor”.

Grupa CWS nabyła wyspecjalizowane w dziedzinie rozwiązań higienicznych przedsiębiorstwo w sierpniu od spółki private equity Egeria.



Obejrzyjmy film! CWS Workwear przedstawia kompletny system serwisu odzieży roboczej w nowym filmie wideo

Od indywidualnego dopasowywania do czystej, wypranej odzieży: wyjątkowy kompletny serwis odzieży ochronnej i roboczej CWS Workwear jest szyty na miarę specyficznych wymagań różnych branż. Co to wszystko oznacza, pokazuje nowy film animowany. Klienci i zainteresowani zyskują pełny wgląd w różne procesy w CWS Workwear. Szczególną uwagę skierowano przy tym na dokładne i zgodne z zasadami zrównoważonego rozwoju i poszanowania zasobów pranie odzieży roboczej według certyfikowanych standardów higienicznych w pralniach CWS. Wideo można obejrzeć także na stronie internetowej CWS w pozycji menu „Serwis”. Film jest dostępny w języku niemieckim, angielskim, niderlandzkim, francuskim i polskim.

Różnorodność zaczyna się od słuchania

W ubiegłych latach CWS z powodzeniem zajmowało się tematem zrównoważonego rozwoju i należy dziś do najlepszych w branży. Aby wzmocnić tę pozycję i zwiększyć atrakcyjność środowiska pracy, CWS bierze na warsztat kolejny aspekt społecznej odpowiedzialności firmy: diversity. Dlaczego różnorodność i kooperacja opłacają się podwójnie, wyjaśnia wywiad z Jürgenem Höflingiem.

Panie Höfling, CWS chce rozwijać różnorodność w przedsiębiorstwie. Dlaczego jest to dla Pana ważne?

Moja odpowiedź jest bardzo osobista. Uważam, że współpraca z różnymi ludźmi i uwzględnianie różnych perspektyw wzbogacają. W moim życiu zawodowym często pracowałem w międzynarodowych zespołach, także w zespołach złożonych zgodnie z zasadami równouprawnienia z kobiet i mężczyzn. Ta różnorodność pozytywnie oddziaływała na atmosferę pracy: wykorzystywanie różnych punktów widzenia lub doświadczenia z odmiennymi kulturami automatycznie wzmacnia wzajemne zrozumienie i współpracę – a to z kolei prowadzi do lepszych wyników.

„Wykorzystywanie różnych punktów widzenia lub doświadczeń kulturowych automatycznie wzmacnia zrozumienie i współpracę – co z kolei prowadzi do lepszych wyników.”

Jürgen Höfling

Czy w CWS widzi Pan duże zaległości pod tym względem?

Sądzę, że wiele osiągnęliśmy już przez integrację z Initial. Z dwóch przedsiębiorstw o różnych kulturach uformował się nowy, silny team. Team, w którym przedstawiciele 16 krajów pracują ręka w rękę. Czy możemy być jeszcze lepsi? Z pewnością! Przykładowo, zmieniając nasz raczej niemiecki sposób myślenia lub zwiększając udział kobiet na szczeblach kierowniczych.

Czy CWS będzie koncentrować się na zagadnieniu kobiet na kierowniczych stanowiskach?

Każdy element różnorodności jest dla nas ważny – czy to płeć, narodowość, pochodzenie etniczne, religia, niepełnosprawność, wiek czy orientacja seksualna. Chodzi o zwiększenie liczby perspektyw – jedną z nich oczywiście określa kobiecy punkt widzenia. Obecnie prawie co druga osoba zatrudniona w CWS jest kobietą. Jednak stosunek liczb na średnim szczeblu zarządzania to jedynie 25 kobiet do 93 mężczyzn. A na poziomie Executive Level pośród 21 osób mamy tylko dwie kobiety. Tu widzę potrzebę działania.



Czy są już konkretne pomysły na zwiększanie różnorodności w składzie załogi i wspieranie różnych sposobów myślenia?

Niedawno utworzyliśmy Radę ds. Różnorodności i Partycypacji. To gremium zajęło się najpierw różnorodnością w CWS: co przez nią rozumiemy, gdzie dziś jesteśmy i co możemy zrobić w celu zwiększenia różnorodności w przedsiębiorstwie. Rada ds. Różnorodności i Partycypacji wypracowała już wiele pomysłów i przedstawiła konkretne propozycje: jak możemy wzmacniać naszą świadomość tej problematyki, rozpoznawać szanse i wspólnie działać na rzecz różnorodności, na przykład przeprowadzając ankietę wśród wszystkich pracowników i pracowników.

Więcej na ten temat

Wkrótce przedstawimy Wam Radę d/s Różnorodności i Partycypacji (Diversity & Inclusion). Dowiedzie się, nad czym to gremium pracuje, dlaczego jego członkowie palą się do tego tematu i jak możecie wnieść Wasz udział.

Jakich wyników spodziewa się Pan po ankiecie?

Najpierw chcemy słuchać i zrozumieć: jakie tematy są dla koleżanek i kolegów generalnie ważne? Jakie działania są potrzebne? Jakie projekty byłyby racjonalne – czego nasze koleżanki i nasi koledzy oczekują od nas w tym obszarze? Odpowiedzi na takie pytania wyznaczą konkretny kierunek dla naszych dalszych kroków. Ponadto poprzez tę ankietę chcemy pozyskać pracowników, którzy będą mogli z nami pracować w obszarze tego zagadnienia i odgrywać rolę ambasadorów różnorodności.

To jest perspektywa wewnętrzna. Czy CWS zmieni się także na zewnątrz? Za Pańskich czasów w DHL uruchomił Pan na przykład kampanię, która zdobyła wielkie uznanie: „szyte na miarę” realizacje dla 14 krajów z motywami dopasowanymi do poszczególnych nacji ...

Używanie odpowiedniego języka wizualnego to z pewnością jeden z ważnych aspektów. Już wtedy chodziło o coś więcej, mianowicie o analizę różnych kulturalnych, etycznych i religijnych postaw, przeniknięcie ich i następnie wypracowanie właściwych sposobów zwracania się do klientów we wszystkich kanałach. Przed tym wyzwaniem stoi dziś także CWS: musimy prezentować w naszej komunikacji większą różnorodność i uwzględniać ludzi o różnym pochodzeniu. W tym kryją się także szanse dla projektowania i wdrażania produktów lub dla sprzedaży.

Czy zakłada Pan, że różnorodność w przedsiębiorstwie będzie miała pozytywny wpływ na jego wyniki?

Chcemy stworzyć środowisko doceniające, w którym każdy będzie mógł w pełni wykorzystywać swoje mocne strony. Jestem przekonany, że będą to warunki sprzyjające osiągnięciu najlepszych wyników i innowacyjności – choć być może czasem nie będą to proste ścieżki. To jest szansa, którą musimy wykorzystać. Dlatego serdecznie proszę wszystkie pracownice i wszystkich pracowników o zaangażowanie się z całym ich osobistym doświadczeniem i wszystkimi zdolnościami i umiejętnościami!

Hasło: Różnorodność

Pojęcie „Różnorodność” (ang. diversity) opisuje koncepcję organizacyjną i społeczno-polityczną. Jej celem jest oparte na docenianiu podejście do różności i indywidualności oraz świadome wykorzystywanie różnych punktów widzenia. Za podstawowe wymiary różnorodności uważa się najczęściej: wiek, płeć, grupę etniczną, pochodzenie społeczne, orientację seksualną oraz zdrowie fizyczne i psychiczne. W celu promowania równości i zarządzania różnorodnością w miejscach pracy w roku 2006 powstała inicjatywa „Karta Różnorodności” [<https://www.charta-der-viel-falt.de/>].

Higiena na poziomie nano – profi-con przyłącza się do rodziny CWS

Od początku roku specjaliści od pomieszczeń czystych z profi-con czynią ofertę usług CWS Cleanrooms kompletną. Przedstawiamy najnowszego członka rodziny CWS, znacznie wzmacniającego ten dział.

Kiedy wszystko jest czyste, fachowcy z profi-con włączają wyższy bieg. Angażują swoją specjalistyczną wiedzę, staranność oraz profesjonalizm i zapewniają, że w laboratoriach biotechnologicznych, na liniach produkcyjnych zakładów farmaceutycznych i w wielu innych pomieszczeniach o podwyższonych standardach czystości panują warunki bezpyłowe lub sterylne. Przedsiębiorstwo założone w roku 1985 w Aschaffenburgu należy dziś do czołowych oferentów profesjonalnych usług i szkoleń w zakresie utrzymania czystości w pomieszczeniach czystych. Firma zatrudnia 200 pracowników w 18 lokalizacjach w Niemczech, Austrii, Szwajcarii i Bułgarii. Od początku roku profi-con jest częścią CWS Cleanrooms.

„Pracujemy zgodnie z wymagającymi dyrektywami międzynarodowymi i gwarantujemy naszym klientom wolne od pyłów, względnie sterylne środowiska dla ich wysoce złożonych procesów.”

Dr Wolfgang Tolzin, prezes profi-con

Do tej działalności potrzebna jest przede wszystkim spokojna ręka: dysponujący wielkim doświadczeniem specjaliści wiedzą, jak się poruszać w ich miejscach pracy. W końcu chodzi o to, aby nie wywoływać żadnych zawirowań i usunąć niewidzialne zanieczyszczenia z wszystkich powierzchni. Oprócz bezwzględnej precyzji potrzebna jest rozległa wiedza z zakresu materiałoznawstwa, sprzętu high-tech, procesów sterylizacji i wielu innych dziedzin.

Swoją wiedzę profi-con przekazuje w ramach ReinraumAkademie wszystkim, którzy zajmują się tą tematyką. W

czasie jednodniowych treningów nie tylko użytkownicy, ale także projektanci, konstruktorzy i dostawcy, poznają specyfikę pomieszczeń czystych. Do tego dochodzą szkolenia w zakresie zgodnego z wytycznymi Dobrych Praktyk Produkcyjnych (GMP) zarządzania jakością. „Przeprowadzamy wiele szkoleń u klientów”, uzupełnia dr Wolfgang Tolzin. „W ten sposób możemy na miejscu zająć się nawet bardzo specyficznymi wymaganiami.” Ponadto w razie potrzeby profi-con pełni rolę coacha swoich klientów, np. kiedy warunki nowej produkcji odbiegają od dotychczasowych.

Użytkownicy pomieszczeń czystych wszystkich wielkości i branż – od lokalnych aptek do globalnych graczy – korzystają od wielu lat z know-how specjalistów profi-con. „Skojarzenie ze skoncentrowanym na odzieży do pracy w pomieszczeniach czystych serwisem CWS Cleanrooms generuje niedostępny dotychczas na rynku pakiet usług”, mówi Markus Schad, szef CWS Cleanrooms. „Dzięki temu nasi klienci z segmentu zapobiegania zanieczyszczeniom otrzymują do dyspozycji pakiet fachowej wiedzy z jednej ręki.”

Więcej informacji o CWS Cleanrooms i profi-con znajdują Państwo tutaj: <https://www.cws.com/en-IE/press/cws-cleanrooms-plans-takeover-profi-con>

Inteligentny pakiet higieniczny CWS SmartWash Plus

Cyfrowe lustro z animowanymi instrukcjami mycia rąk zmienia sprytny kran CWS SmartWash w pomocnika w trakcie higieny w publicznych toaletach.

Nie zapomnij o myciu rąk! Czy to dla wygody, czy dlatego, że Twoje myśli są zupełnie gdzie indziej: wielu użytkowników toalet chętnie przyryka oko na mycie rąk. Tylko około 30 procent z nich używa mydła. Pandemia koronawirusa pokazuje właśnie, jak ważne jest dokładne i regularne mycie rąk mydłem w celu przerywania możliwych łańcuchów infekcji.



Tutaj do gry wkracza pakiet higieniczny CWS SmartWash Plus firmy CWS. Uzupełnia innowacyjny kran miksujący CWS SmartWash o cyfrowe lustro. Animacje na jego powierzchni przypominają użytkownikom toalety o myciu rąk i prowadzą ich przez prawidłowy proces mycia. W połowie lipca wprowadzono produkt na rynek europejski.

Clou: ustawienia kranu miksującego oraz animacja są skoordynowane. Gdy tylko dłonie zbliżą się do czujnika ruchu baterii, z kranu automatycznie wypływa mieszanka wody i mydła. Jednocześnie na lustrze wyświetlane są kolejno



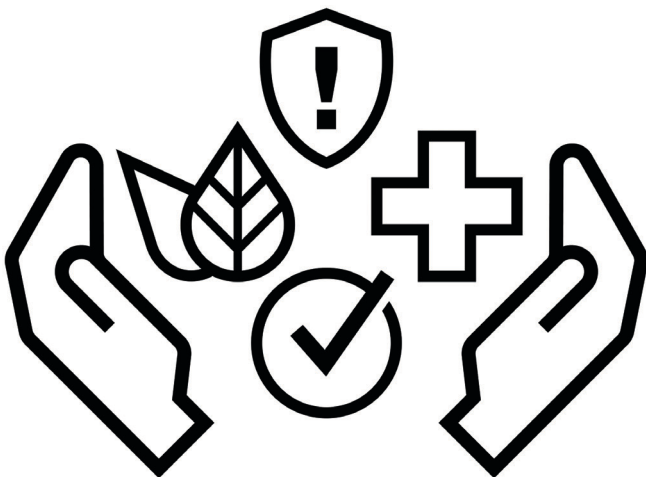
wszystkie kroki prawidłowego mycia rąk – od namydlenia, dokładnego wcierania aż po spłukanie. Na końcu inteligentne lustro zwraca jeszcze uwagę, aby wysuszyć dłonie. Opatentowana technologia mieszania jest również zrównoważona – oszczędza do 90 procent wody i do 60 procent mydła.

„Z CWS SmartWash Plus firma CWS po raz kolejny prezentuje się jako dostawca przemysłanych rozwiązań higienicznych” – Karolin Rohmer, Director Group Product Lines Hygiene & Floorcare w firmie CWS. „Administratorzy toalet otrzymują w ten sposób ekologiczny, innowacyjny, higieniczny i cyfrowy pakiet, który wspiera ich w ich własnej koncepcji higieny. Po pierwsze, aktywnie wspierają swoich gości i klientów w dokładnej higienie rąk. Równocześnie odgrywają aktywną rolę w przerywaniu łańcucha infekcji.”

Pakiet higieniczny CWS SmartWash Plus jest odpowiedni dla przedsiębiorstw i zakładów każdej wielkości. Handel, biura, gastronomia, a także węzły mobilne, takie jak lotniska, stacje kolejowe lub zajazdy, również korzystają z kompleksowej oferty higienicznej.

Wypadki przy pracy: zero wypadków ce- lem CWS

Dokładnie 877.198 wypadków przy pracy, podlegających obowiązkowi zgłoszenia, zdarzyło się w roku 2018 w samych Niemczech. Tak informuje najnowsza statystyka Niemieckiego Zakładu Obowiązkowych Ubezpieczeń Wypadkowych (DGUV). CWS opowiada się za zdrowszym, bezpieczniejszym jutrem. Dlatego przedsiębiorstwo dąży do ambitnego celu w dziedzinie bezpieczeństwa i ochrony zdrowia w miejscu pracy: liczba wypadków przy pracy powinna do roku 2025 spaść do 0. W tym celu działą Jakości, Ochrony Środowiska i Ochrony Zdrowia (QESH) rozpoczęły w kwietniu kompleksową kampanię.



Po fazie planowania i przygotowań w maju odbyły się pierwsze treningi w 30 lokalizacjach CWS w Belgii, Holandii, Niemczech, Irlandii i Szwajcarii. Z powodu wywołanego przez koronawirusa kryzysu odbywają się one obecnie wirtualnie, np. w formie interaktywnych webinarów. Uczestniczą w nich lokalne zespoły kierownicze i pracownicy odpowiedzialni za QESH oraz pracownicy działów kadr i członkowie rad zakładowych. Cykl szkoleń dzieli się na trzy następujące po sobie moduły. Każdy z nich odpowiada konkretnej kwestii związanej z wypadkami przy pracy.

1. Odpowiedzialność

W pierwszym module chodzi o jasne określenie odpowiedzialności. „Bezpieczeństwo pracy jest zawsze także zadaniem kierowników”, mówi Mathias Peter ze szwajcarskiego zespołu QESH. „Jeżeli nie ustalono jasno, kto za co odpowiada w dziedzinie bezpieczeństwa, trzeba liczyć się z wypadkami. W ramach treningu m.in. zaktualizowaliśmy dotychczasową wytyczną QESH dla kadry kierowniczej i rozpoczęliśmy realizację planu poprawy sytuacji w zakładzie w Kriens.”

2. Ograniczanie zagrożeń

W 2. module uczestnicy zajmują się prawidłowym ocenianiem i skutecznym ograniczaniem zagrożeń dla bezpieczeństwa pracy i zdrowia. Chodzi przy tym o wymagania ustawowe i obowiązujące standardy, ale także o rozpoznawanie zagrożeń i opracowywanie przeciwdziałań.

3. Świadomość zagrożeń

Moduł 3. jest w całości poświęcony kwestii, jak można zwiększyć świadomość zagrożeń u wszystkich pracowników CWS. Punkt ciężkości spoczywa tu na szkoleniach z zakresu bezpiecznych sposobów pracy i warunków. Ostatecznie celem jest doprowadzenie do pozytywnych zmian postaw i zachowań.

Aby w dalszym ciągu trwale poprawiać bezpieczeństwo pracy i ochronę zdrowia w przedsiębiorstwie, wszystkie trzy moduły treningów zostaną stopniowo przeprowadzone we wszystkich lokalizacjach CWS w Europie.

„Uważam, że wszyscy powinniśmy zrozumieć jedno”, mówi Sabine Hesselbein, Plant Manager HealthCare w CWS w Warburgu, która uczestniczyła w pierwszym treningu. „Bezpieczeństwo w miejscu pracy jest także bezpieczeństwem dla miejsca pracy. Jeżeli uda się nam zmniejszyć liczbę wypadków zwykłych i wypadków przy pracy, wzmocnimy nie tylko nasze zdrowie, ale także zdrowie całej rodziny CWS.”

Nasi bohaterowie w czasach korona- wirusa

Rzut oka wstecz na 20 tygodni stanu wyjątkowego.

Codziennosc z koronawirusem – prawie – znowu normalna. Wystarczajacy powód, aby retrospektywą uhonorować postawę koleżanek i kolegów w CWS w czasach kryzysu.

Przypominamy sobie: szybko rosnące liczby zakażeń zapowiadają w marcu stan wyjątkowy. Pracownicy CWS – przede wszystkim w pralniach i serwisie – wiedzą od razu: jako pomocnicy systemowych służb ponoszą teraz wielką odpowiedzialność – i podejmują ją.

W dialogu z ich klientami szybko znajdują rozwiązania spełniające podwyższone wymagania higieniczne. Rosnące zapotrzebowanie na czystą odzież roboczą wymaga, m.in. w pralniach, pracy na nocnych zmianach. Wąskie gardła w zaopatrzeniu w środki dezynfekcyjne wywołują dodatkowy stres w organizacji łańcucha dostaw CWS. Z największym zaangażowaniem uruchamiają nowych dostawców i nowe kanały dostaw, aby zapewnić klientom zaopatrzenie w życiowo ważne produkty.

Jednocześnie przez całe przedsiębiorstwo płynie fala solidarności: w Eindhoven koleżanki i koledzy z działu sprzedaży pomagają koleżankom i kolegom z serwisu. Kiedy brakuje maseczek na usta i nos, pracownicy podejmują działania z własnej inicjatywy. Przykładami mogą być Customer Fulfillment Center w Międzyrzeczu, CWS Česká Republika, Haniel i CWS w Duisburgu: ofiarowują oni maseczki, częściowo uszyte przez siebie, szpitalom, zakładom opieki i domom dla seniorów.

Zaopatrzenie załogi CWS i jej rodzin w maseczki organizuje CWS Supply Chain Organisation. To 150.000 nadających się do prania maseczek na usta i nos. W SCM Lauterbach dziewięćosobowy zespół tylko w ciągu dwóch dni zapakował i wysłał 19.000 maseczek. Wcześniej znakomite inicjatywy pomagały przełamywać trudności w zaopatrzeniu:

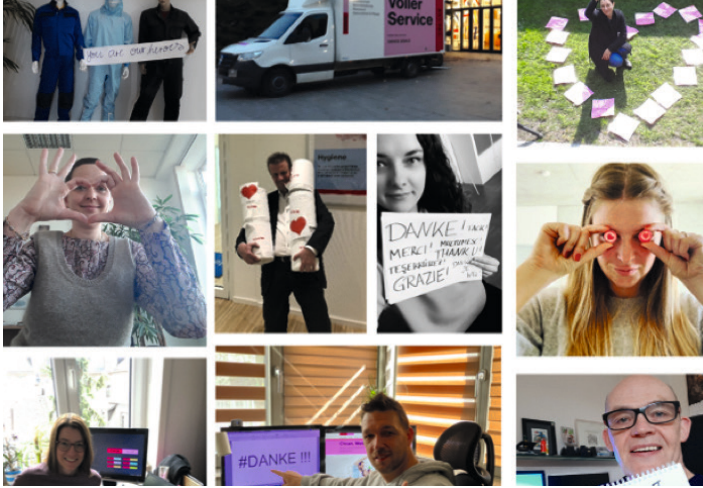


na przykład ucząca się zawodu Tatjana Valkov w Bad Odeslohe szyje w wolnym czasie maseczki w kolorach CWS dla jej zespołu w dziale obsługi klientów Healthcare Nord. Zespół z pralni w Brehna produkuje 865 maseczek dla wszystkich pracowników zakładu, kierowców i sprzedawców według kroju opracowanego samodzielnie przez koleżankę Petrę Kiesche.

Pracownicy CWS w całej Europie odpowiadają na wewnętrzne wezwanie i przesyłają zdjęcia z hasłem „DZIĘKUJĘ” do koleżanek i kolegów, którzy w utrudnionych warunkach w pralniach, na trasie lub w obsłudze klientów dają z siebie to, co najlepsze.



Przy luzowaniu restrykcji na początku maja nie dało się nie zauważyć, że wywołany przez koronawirusa kryzys przyniósł problemy egzystencjalne niektórym spośród naszych koleżanek i kolegów. Aby pomóc im w wolny od biurokracji sposób, zarząd CWS utworzył na początku maja fundusz pomocy CWS Support Fund, finansowany dobrowolnymi składkami kierownictwa CWS i zarządu spółki Haniel.



„Jestem dumny z tego, jak cała załoga zaangażowała się w pokrycie zwiększonego zapotrzebowania na rozwiązania higieniczne. Ducha CWS nie można uruchomić zarządzeniami – jest on wyrazem tego, że za wartościami CWS stoją wszyscy pracownicy.”

Jürgen Höfling, CEO

„Kryzys połączył CWS”

W celu codziennej aktualizacji oceny wpływu kryzysu wywołanego przez koronawirusa na CWS i planowania następnych kroków, Grupa CWS utworzyła Corona Taskforce, tzn. sztab kryzysowy. Kierownictwa Grupy oraz wszystkich regionów i dywizji współpracują tu ściśle z ekspertami z dziedzin jakości, ochrony środowiska, bezpieczeństwa, zdrowia (QESH), zasobów ludzkich (HR), operacji, logistyki, łańcucha dostaw, IT i komunikacji. Jak ma newruje się działającym w skali międzynarodowej przedsiębiorstwem w warunkach koronakryzysu? Steffen Langner, Head of Continuous Improvement i kierownik Corona Taskforce w CWS opowiada o pracy sztabu kryzysowego.



Panie Langner, od kiedy było jasne, że CWS musi zareagować na pandemię koronawirusa?

Do połowy lutego bardzo uważnie obserwowaliśmy sytuację i badaliśmy, czy możliwe jest wykrywanie łańcuchów zakażeń i ich wczesne przerywanie. Kiedy pod koniec lutego wskaźniki zakażeń dynamicznie ruszyły w górę, wiedzieliśmy, że musimy działać. Dobrze to pamiętam: będąc wtedy jeszcze na narciarskim urlopie, zwołałem naszą pierwszą kryzysową telekonferencję.

Jakie było Państwa dalsze postępowanie?

Szybko stwierdziliśmy, że z centralną grupą sterującą nie

zajdziemy daleko. Po prostu w regionach jest zbyt wiele różnych regulacji i władz. Dlatego naszym rozwiązaniem był zarząd kryzysowy, który steruje całą grupą, ale obejmuje także dywizyjne i interdyscyplinarne grupy zadaniowe (taskforces) oraz lokalne zarządy kryzysowe, ponieważ działanie lokalnych zespołów antykryzysowych ma ogromne znaczenie. Uzupełniają one lub dopasowują centralne wytyczne do wymagań lokalnych, tłumaczą je i implementują lokalnie.

Co dla Pana osobiście było najtrudniejszym zadaniem w sztabie kryzysowym?

Dla mnie największymi trudnościami były z pewnością nieprzewidywalność i niewielkie doświadczenie z koronawirusem oraz różne regulacje w różnych krajach. Naszym zadeklarowanym celem było zapewnienie wszystkim pracownikom możliwie najlepszej ochrony przed zakażeniem oraz poczucia bezpieczeństwa. Do tego potrzeba było wielu rozmów i informacji od bardzo wielu osób w organizacji, aby definiować optymalne podejście do problemów oraz szybko i efektywnie realizować je w organizacji.

Co zaskoczyło Pana w tej fazie najbardziej?

Źródłem wspaniałego uczucia było dla mnie spostrzeżenie, że w całym przedsiębiorstwie nie było ani jednej osoby, która by nie współdziałała. Każdy pomagał, gdzie właśnie było to potrzebne. Na przykład to, jak udało się nam w ciągu bardzo krótkiego czasu wyprodukować maseczki na usta i nos dla całej załogi, to naprawdę fantastyczna historia. Mam wrażenie, że firma CWS w kryzysie zrosła się jeszcze bardziej. Wyczuwa się wręcz jako oczywistość, tę wolę wspólnego osiągnięcia wyraźnego celu. Szczególnie wtedy, kiedy „pali się”, organizacja CWS jest nie do zatrzymania. To doświadczenie znaczy dla mnie bardzo dużo.

Jakie nauki wyciąga CWS z kryzysu?

Kryzys umacnia nas w przekonaniu, że musimy dalej iść drogą „ustawicznego doskonalenia” (continuous improvements): musimy chcieć robić lepiej to, co robimy każdego dnia. To pomoże nam w przyszłości radzić sobie z sytuacjami, których nie możemy w pełni zrozumieć lub opanować.

Nasze plany na wypadek pandemii zostaną pod tym kątem ulepszone. Ponadto widzimy potencjał „pracy mobilnej” – tzn. nowych form współpracy – kombinacji czasów pracy w zakładzie i pracy w domu. Na pierwszym planie widzimy tu środowisko, w którym możemy zwiększać zadowolenie naszych pracowników, ale także dalej podwyższać naszą atrakcyjność jako pracodawca.

„Kryzys wzmacnia nasze przekonanie, że musimy iść dalej drogą ustawicznego doskonalenia.”

Steffen Langner, Head of Continuous Improvement i kierownik grupy zadaniowej Corona

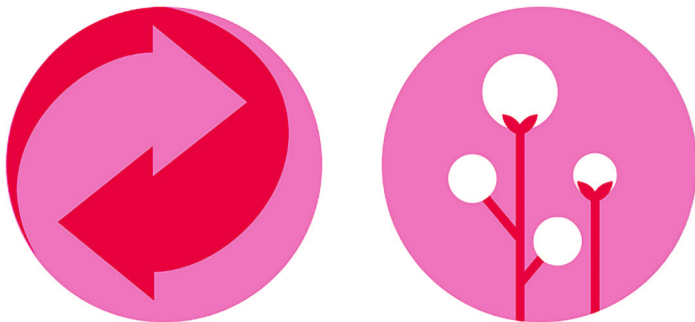
Co wyniesie Pan osobiście z kryzysu na przyszłość?

Przyszedłem do CWS trochę więcej niż rok temu i mogę tylko powiedzieć, że decyzja o pracy w CWS była tą właściwą. Dużo się nauczyłem i jestem dumny z przynależności do rodziny CWS i z tego, co razem osiągnęliśmy. Już teraz cieszę się na wszystkie dalsze wyzwania.

„Materiały, które nie idą na emeryturę”

Wszyscy chcemy być coraz lepsi. Bycie lepszym – dla firmy CWS oznacza to przede wszystkim jedno: bardziej zrównoważony rozwój. Aby pozostawić zdrowe środowisko dla przyszłych pokoleń, ważne jest ostrożniejsze korzystanie z naszych zasobów. W firmie CWS, na przykład, co roku powstają odpady tekstylne. Kto więc, jeśli nie my, byłby w stanie podjąć skuteczne środki na dużą skalę w celu recyklingu starych tekstyliów? Z tego powodu w sierpniu rozpoczęliśmy Workwear Challenge (wyzwanie dotyczące odzieży roboczej) „Materiały, które nie idą na emeryturę”.

jako torby sportowe, rękawice kuchenne, a nawet zabawki dla zwierząt domowych. Nie możemy się doczekać, kiedy zaprezentujemy Wam niektóre z nich jako nowe produkty CWS. Nawet staro wyglądające ubrania mogą być wykonane z takich materiałów, które sprawiają, że wspólni odnieśliśmy sukces.



Firma CWS ceni pomysły i perspektywy wszystkich pracowników. W sierpniu wszyscy zostali zaproszeni do udziału w konkursie pomysłów na bardziej zrównoważony rozwój.

Oprócz ciągłego rozwoju swoich zrównoważonych produktów i usług, wszyscy pracownicy zostali zaproszeni do udziału w tym konkursie pomysłów. Jesteśmy przekonani, że każdy – bez względu na stanowisko w firmie – może wnieść pomysły na bardziej zrównoważony rozwój, wykorzystując własne doświadczenie i perspektywę.

Pytanie brzmiało: w jaki sposób można odzyskać zasoby tekstylne lub zmniejszyć ilość odpadów tekstylnych, wydłużając żywotność odzieży roboczej? Do początków października CWS otrzymało kilkanaście kreatywnych pomysłów na ponowne wykorzystanie odzieży roboczej np.



Stopka redakcyjna

CWS International GmbH
Franz-Haniel-Platz 6-8
D-47119 Duisburg
Deutschland

Tel.: +49 203 987165-0
E-Mail: info.de@cws.com

Zarząd

Jürgen Höfling (CEO)
Heiko Karschti (CFO)
Morten Haure-Petersen (CDO)

Siedziba spółki: Duisburg
Sąd rejestrowy: Sąd rejonowy Duisburg HRB 8957
Numer identyfikacji podatkowej: DE 811 131 131 122

Polityka prywatności