

Kathrin Menges wyjaśnia, jak Henkel zwiększa świadomość na temat zrównoważonego rozwoju

Ambasadorzy pomagają Henklowi osiągać więcej za mniej

Düsseldorf – Kathrin Menges, Executive Vice President of Human Resources oraz przewodnicząca Henkel Sustainability Council, opowiada o Programie Ambasadorów Zrównoważonego Rozwoju oraz swoim własnym doświadczeniu jako Ambasadorka.

Co skłoniło Henkla do rozpoczęcia Programu Ambasadorów Zrównoważonego Rozwoju?

Firma Henkel zawsze mocno koncentrowała się na zrównoważonym rozwoju. Niemniej jednak czuliśmy silną potrzebę zwiększenia świadomości na ten temat wśród pracowników i wspierania ich w codziennym dbaniu o zrównoważone praktyki. Dlatego w 2012 roku uruchomiliśmy Program Ambasadorów Zrównoważonego Rozwoju, który pozwala nam szkolić pracowników w zakresie zasad zrównoważonego rozwoju i zrównoważonej strategii Henkla w sposób interaktywny i przyjemny. Dzięki programowi angażujemy współpracowników do działalności jako Ambasadorzy Zrównoważonego Rozwoju, którzy promują wiedzę na ten temat wśród pracowników, dostawców, klientów, konsumentów i młodzieży.

Od rozpoczęcia programu w 2012 roku firma Henkel wyszkoliła 3 800 Ambasadorów w 55 krajach.

Dlaczego zwiększanie świadomości na temat zrównoważonego rozwoju jest dla Henkla ważne?

Jeśli chcemy dalej cieszyć się życiem w dobrych warunkach przy rozsądnym korzystaniu z dostępnych surowców naturalnych, musimy zrozumieć, że każda podejmowana przez nas decyzja i zachowanie ma znaczący wpływ na to, ile energii, wody i innych surowców wykorzystujemy. Tymczasem wiele osób nadal nie ma świadomości wpływu własnych wyborów na środowisko. Dlatego też musimy podnosić świadomość tego, że liczy się nasz osobisty wkład i uczyć się wydajnie korzystać z dostępnych surowców, aby osiągać więcej za mniej.

Konieczne jest zaangażowanie wszystkich, jeżeli chcemy osiągnąć nasz cel potrojenia wydajności w stosunku do wpływu naszych produktów i technologii na środowisko do roku 2030.

Dlaczego zachęcamy Ambasadorów do odwiedzania szkół?

Zachęcamy naszych Ambasadorów do odwiedzania szkół, ponieważ chcemy, aby kolejne pokolenia już od najmłodszych lat rozumiały, jak korzystać z surowców w sposób zrównoważony. My, dorośli mamy wyrobione pewne nawyki, tymczasem dzieci są nadal otwarte na uczenie się nowych rzeczy. Dzieci mogą przekazywać wiedzę dalej, ucząc pozostałych członków rodziny dokonywania bardziej zrównoważonych wyborów na co dzień.

Nasi Ambasadorzy lubią odwiedzać szkoły i spotykać się z uczniami, którzy mają motywację i cieszą się na myśl o przyczynianiu się do ochrony planety. Ich entuzjazm jest zaraźliwy.

To chyba jeden z ważniejszych powodów, dla których Ambasadorzy Henkla przybliżyli temat zrównoważonego rozwoju już ponad 17 tys. uczniów szkół podstawowych w 32 krajach.

Czy zaangażowana jest Pani w program osobiście?

Oczywiście, ważne jest dawanie pozytywnego przykładu na najwyższych szczeblach organizacji.

Kilku członków Zarządu Henkla – w tym Kasper Rorsted, Bruno Piacenza i ja sama – odwiedziło szkoły w ramach Programu Ambasadorów.

Rozmowy z uczniami to wspaniałe doświadczenie. Niesamowicie jest patrzeć na ich zainteresowanie tematem i chęć do działania. Mają mnóstwo kreatywnych pomysłów.

Jaki jest kolejny krok?

Henkel będzie kontynuować Program Ambasadorów w roku 2015. Nasza firma zatrudnia na całym świecie około 47 tys. pracowników i oni wszyscy mogą istotnie przyczyniać się do zachowania naturalnych surowców.

Oprócz odnoszących sukcesy wizyt w szkołach uruchomiliśmy także program „(Y)our Move”, koncentrujący się na pięciu obszarach, w których możemy dawać przykład w pracy, zachowując się w sposób bardziej zrównoważony: Oszczędzanie Energii, Zrównoważona Zdrowa Żywność, Wydarzenia Charytatywne, Rozsądne Drukowanie. Każdy z tych obszarów pomaga pracownikom wybrać, w jakim zakresie mogą najsilniej przyczynić się do szerzenia zrównoważonych praktyk w pracy i w domu. Pilotażowy program okazał się olbrzymim sukcesem, planujemy więc rozszerzenie kampanii „(Y)our Move” w 2015 roku.

Poza tym, Henkel rozszerza współpracę z partnerami wzdłuż całego łańcucha wartości. Poprzez współpracę z partnerami detalicznymi zamierzamy na przykład zaangażować więcej konsumentów w kwestię zrównoważonych praktyk i edukować ich na temat korzystania z produktów w sposób odpowiedzialny i przyjazny dla środowiska.