



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

TISKOVÁ ZPRÁVA

Strana 1 z 4

ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

- › Tváře kampani propůjčili zaměstnanci: ŠKODA AUTO je PRO očkování a cílem je proočkování nejen lidí ve firmě, ale i celé populace
- › Klasické komunikační kanály i digitální média: Plakáty, billboardy, zaměstnanecké noviny, dezinfekční stanice, nálepky v umývárkách, ale také informační microsite na firemním intranetu ŠKODA Space, informační obrazovky ve všech 3 závodech, screensavery, aj.
- › Česká automobilka věnuje ochraně zaměstnanců během pandemie mimořádnou péči: již vloni přijala více než osm desítek opatření a zavedla efektivní systém testování a trasování zaměstnanců
- › ŠKODA AUTO se stane nekuřáckou společností: Ochrana zdraví, odpovědnost k okolí i životnímu prostředí

Mladá Boleslav, 7. července 2021 – Po intenzivní interní komunikaci témat boje proti koronaviru v posledních 15 měsících přichází ŠKODA AUTO s další fází komunikace na všech 35 000 zaměstnanců v českých závodech. Nová informační kampaň ŠKODA AUTO PROčkování si klade za cíl jednoduchou formou zaměstnancům odpovědět na nejčastější otázky, které souvisejí s aplikací vakcíny proti nemoci covid-19, a současně přiblížit i výhody, které jim očkování přinese. Vedle podrobných textů, uvádějících nejnovější závěry studií a doporučení lékařů a vědců, kampaň popisuje přínosy očkování s využitím konkrétních zaměstnanců, kteří již ochrannou látku dostali. Kolegům svá „pro“ ve vztahu k očkování vysvětluje závodní lékařka, firemní hasič, ale také zaměstnanci z různých provozů. ŠKODA AUTO vloni přijala více než 80 konkrétních opatření, díky jejichž důslednému dodržování bylo výrazně omezeno šíření nemoci mezi zaměstnanci. [Od očkování si ŠKODA AUTO slibuje další posílení imunity svého personálu.](#) Nejnovější součástí péče o zdraví zaměstnanců a trvale udržitelný rozvoj je záměr společnosti ŠKODA AUTO stát se nekuřáckým podnikem.

Jiří Prokop, vedoucí oddělení zdravotní služby a ergonomie ve společnosti ŠKODA AUTO, říká: „Lékaři i vědci se shodují, že očkování je jedna z nejučinnějších cest, jak omezit pandemii nemoci covid-19 a vrátit se k normálnímu životu. Protože je naší prioritou zdraví zaměstnanců a jejich rodin, snažíme se podrobně a otevřeně informovat o všech aspektech podání ochranné vakcíny.“

Informační kampaň ŠKODA AUTO PROčkování využívá k zvýšení povědomí o možnostech vakcinace široké spektrum komunikačních kanálů, které mají oslovit všechny zaměstnance automobilky v České republice. Největší část zaměstnanců ŠKODA AUTO pracuje ve výrobě, kam směřuje komunikace prostřednictvím firemních novin ŠKODA Mobil, ŠKODA Týdeníku, plakátů a nálepek v umývárkách, ale také skrze informační obrazovky nebo dezinfekční stojany. Centrálním, průběžně aktualizovaným zdrojem informací je microsite (ockovani.skoda-auto.cz) věnovaná koronaviru na firemním intranetu ŠKODA Space, který je dostupný všem zaměstnancům po přihlášení i ze soukromých zařízení. Na této microsite jsou podrobně popsány všechna důležitá fakta o koronaviru, aktuálně platná opatření proti šíření viru ve firmě, pravidelném povinném testování a také o samotném očkování. Nedílnou součástí interní komunikace je vyvracení mýtů o očkování, vysvětlování faktů a uvádění nepravdivých informací (hoaxů) na pravou míru.

Vedení společnosti ve spolupráci s Odbory KOVO již dříve vyzvalo zaměstnance k využití státního systému očkování, které je efektivní, rychlé a dokáže obsloužit desítky tisíc zájemců denně. ŠKODA AUTO je partnerem Klaudiánovy nemocnice v Mladé Boleslavi, když už řadu týdnů vypomáhá svou očkovací kapacitou aplikací řádově desítek vakcín za den ve své Poliklinice. Příkladem zaměstnancům šli i členové představenstva, kteří si nechali aplikovat ochrannou látku, jakmile to pravidla státního očkovacího systému umožnila.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

TISKOVÁ ZPRÁVA

Strana 2 z 4

V rámci aktivity ŠKODA AUTO PROčkování vystupují pod heslem #MaToSmysl také jednotliví zaměstnanci společnosti, kteří svým kolegům uvádějí vlastní důvody, proč se nechali očkovat. Koordinátor hasičského sboru je „pro“ očkování proto, aby byl jeho tým v plné síle, referent bezpečnostní služby se těší na jednodušší cestování s rodinou a závodní lékařka si přeje, abychom díky očkování mohli dříve odložit ochranné roušky nebo respirátory.

Další motivy najdou zaměstnanci například u umyvadel na toaletách, kde vedle instrukcí k důsledné hygieně rukou přibýly i odlehčené tipy k očkování, přibližující snadnost registrace zájemců všech věkových skupin nebo odkazující pomocí QR kódu na stránky, kde probíhá registrace zájemců o očkování.

Kampaň zaměřená na očkování motivuje zaměstnance také v rámci programu benefitů ŠKODA Cafeteria: každý zaměstnanec, který se nechá očkovat proti koronaviru, získá 300 kreditů (odpovídajících 300 Kč) do interního systému benefitů ŠKODA Cafeteria, které může vyměnit za širokou škálu benefitů ve ŠKODA AUTO nebo u externích partnerů.

Do opatření proti šíření koronaviru investovala automobilka ŠKODA AUTO již více než jednu miliardu korun. Společně s Odbory KOVO zavedla během první vlny komplexní postupy pro ochranu zaměstnanců, zdarma poskytla ochranné prostředky a pravidelné antigenní testy na covid-19 pro všechny zaměstnance. I díky tomuto důslednému postupu nad rámec povinných opatření se nemoc ve firmě šířila výrazně méně než ve zbytku populace. Podrobné informace o zvládnutí koronavirové pandemie ve ŠKODA AUTO jsou v [záznamu kulatého stolu s členkou představenstva firmy za řízení lidských zdrojů Maren Gräf a tzv. Anti-covid týmem ve ŠKODA AUTO](#).

ŠKODA AUTO na cestě k nekuřáckému podniku

Společnost ŠKODA AUTO jako jeden z největších zaměstnavatelů v zemi věnuje ochraně zdraví svých zaměstnanců tu nejvyšší prioritu. Součástí těchto aktivit je také záměr zařadit společnost ŠKODA AUTO mezi nejmodernější podniky v oblasti ochrany zdraví a odpovědnosti k okolí i životnímu prostředí tím, že se stane nekuřáckou společností. Cílem firmy je chránit zdraví všech zaměstnanců, podporovat je ve zdravém životním stylu a dále jim usnadnit jejich osobní i kariérní rozvoj, současně tím odstranit možné bariéry mezi kuřáky a nekuřáky a v neposlední řadě také inspirovat ostatní firmy.

Pro další informace, prosím, kontaktujte:

Tomáš Kotera
Vedoucí Komunikace podniku
a interní komunikace
T +420 326 811 773
tomas.kotera@skoda-auto.cz

Ondřej Láník
Koordinátor interní komunikace
T +420 734 298 184
ondrej.lanik@skoda-auto.cz

 [/skodacz](#)  [/skoda.cz](#)  [/skodacr](#)  [/SKODACeska republika](#)



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

TISKOVÁ ZPRÁVA

Strana 3 z 4

Fotografie k tématu:



ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

Tváře kampaně pro podporu očkování proti covid-19 z řad zaměstnanců ŠKODA AUTO.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

ŠKODA Mobil a další interní média neustále zaměstnance informují o aktuálních opatřeních v souvislosti s covid-19.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO

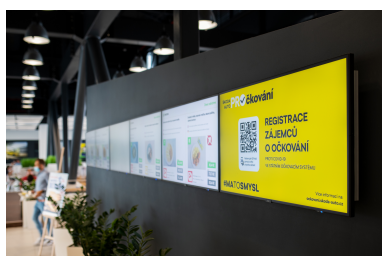


ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

Chytré bezkontaktní dezinfekční stanice jsou rozmístěny po závodech ŠKODA AUTO.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

Podpora očkování proti covid-19 běží i na televizních obrazovkách v českých závodech ŠKODA AUTO.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

TISKOVÁ ZPRÁVA

Strana 4 z 4



ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

Podpora očkování se zobrazuje i na obrazovkách zaměstnaneckých počítačů.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



WWW.CERNOST
NÁŠ SE AIDIE NIV DOLOGEHEŠ

WWW.CERNOST
NÁŠ SE AIDIE 2 KVMVBYDAS

WWW.CERNOST
NÁŠ SE AIDIE 3 KVMVBYDAS

ŠKODA AUTO PROčkování: Automobilka oslovuje zaměstnance novou očkovací kampaní

V rámci kampaně byly aplikovány např. samolepky na zrcadla v umývárkách a jídelnách.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO

ŠKODA AUTO

- › se v novém desetiletí úspěšně řídí strategií „NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030“;
- › usiluje o to, aby se do roku 2030 pomocí atraktivních nabídek ve vstupních segmentech a dalších modelů s elektrickým pohonem zařadila mezi pět nejprodávanějších značek v Evropě;
- › směřuje na pozici nejúspěšnější evropské značky v Indii, Rusku a severní Africe;
- › v současnosti nabízí zákazníkům 10 modelových řad osobních automobilů: FABIA, RAPID, SCALA, OCTAVIA, SUPERB, KAMIQ, KAROQ, KODIAQ, ENYAQ iV a KUSHAQ;
- › v roce 2020 dodala zákazníkům celosvětově více než jeden milion vozů;
- › je už 30 let součástí koncernu Volkswagen, jednoho z globálně nejúspěšnějších automobilových výrobců;
- › v koncernovém svazku samostatně vyvíjí a vyrábí vedle vozů také komponenty jako motory a převodovky;
- › provozuje tři výrobní závody v České republice; vyrábí v Číně, v Rusku, na Slovensku a v Indii, většinou prostřednictvím koncernových partnerství, dále také na Ukrajině ve spolupráci s lokálním partnerem;
- › zaměstnává celosvětově přes 43 000 pracovníků a je aktivní na více než 100 trzích.