



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

TISKOVÁ ZPRÁVA

Strana 1 z 2

ŠKODA AUTO zve své zaměstnance k účasti na akci „GreenWeek“

- › „GreenWeek“ značky ŠKODA se koná od 13. do 17. září 2021
- › Interní akce se zaměřuje na udržitelnost a ochranu životního prostředí a klimatu
- › Česká automobilka do své firemní strategie zakotvila konkrétní cíle udržitelnosti

Mladá Boleslav, 13. září 2021 –ŠKODA AUTO zve své zaměstnance, aby se prostřednictvím online odborných přednášek, diskuzí a rozhovorů v rámci akce „GreenWeek“ zapojili do tématu udržitelného rozvoje. S přispěním této interní akce chce společnost zvýšit povědomí o současných i budoucích opatřeních, které se týkají ochrany životního prostředí a klimatu.

Michael Oeljeklaus, člen představenstva společnosti ŠKODA AUTO za oblast výroby a logistiky, říká: „Ve společnosti ŠKODA AUTO máme pro klimatické cíle Evropské unie velké pochopení a snažíme se jich dosáhnout. V rámci „GreenWeek“ chceme s našimi zaměstnanci diskutovat o tom, čeho už jsme dosáhli a co nás ještě čeká. Naše strategie „Green Future“ se v oblastech „Green Factory“, „Green Product“ a „Green Retail“ zaměřuje na následující témata: dekarbonizaci a energii, cirkulaci materiálu, snižování množství odpadů, koloběh vody a biodiverzitu. Pomocí chytrých řešení, která jsou pro naši značku charakteristická, přispějí všichni zaměstnanci společnosti ŠKODA AUTO k úspěšnému splnění této výzvy a naše zelené logo se tak stane symbolem ještě větší udržitelnosti.“

Zaměstnanci mají v průběhu pěti pracovních dnů příležitost diskutovat s odborníky napříč společností, ze ŠKODA AUTO Vysoké školy (ŠAVŠ), ze společnosti ŠKO-ENERGO a s dalšími hosty o aktuálních projektech a možných zlepšeních v oblasti ochrany životního prostředí a klimatu. Program zahrnuje širokou škálu témat. Touto akcí chce automobilka své zaměstnance motivovat, aby se v soukromém i profesním životě zapojili do aktivit pro [trvale udržitelný rozvoj](#).

Obsahový rámec všech programových bodů akce „GreenWeek“ tvoří strategie „GreenFuture“. Pod jednou střechou spojuje společnost ŠKODA AUTO své ambiciózní cíle trvale udržitelného rozvoje a dále je rozšiřuje jako nedílnou součást své strategie „[NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030](#)“. Cílem je další důsledná minimalizace vlivů podnikatelské činnosti na životní prostředí. ŠKODA AUTO definovala tři hlavní pilíře „GreenProduct“, „GreenFactory“ a „GreenRetail“: „GreenProduct“ se zaměřuje na vývoj co možná nejekologičtějších vozů, na snižování spotřeby paliva nebo na používané materiály a jejich recyklovatelnost. „GreenFactory“ zahrnuje všechny aktivity umožňující výrobu šetrnou k přírodním zdrojům. Průběžně se měří a dále snižuje spotřeba energií a vody, množství odpadu vzniklé v přepočtu na vyrobený vůz, emise CO₂ a takzvaných těkavých organických látek (VOC), které vznikají například při lakování karoserií. V rámci pilíře „GreenRetail“ se ŠKODA zabývá ekologickým hospodařením svých prodejců a servisů.

Akcí „GreenWeek“ se ŠKODA AUTO zapojuje do „goTOzero-týdnů“ koncernu Volkswagen, v rámci kterých značky, prodejní regiony a oddělení organizují v období od července do listopadu 2021 různé kampaně a aktivity s cílem upozornit na problematiku udržitelnosti.



ŠKODA
SIMPLY CLEVER

TISKOVÁ ZPRÁVA

Strana 2 z 2

Pro další informace, prosím, kontaktujte:

Tomáš Kotera
Vedoucí Komunikace podniku
a interní komunikace
T +420 326 811 731
tomas.kotera@skoda-auto.cz

Kamila Biddle
Tisková mluvčí za výrobu,
HR a životní prostředí
T +420 326 811 599
kamila.biddle@skoda-auto.cz

Video a fotografie k tématu:



Video: Společnost ŠKODA AUTO zve své zaměstnance k účasti na akci „GreenWeek“

ŠKODA AUTO zve své zaměstnance, aby se prostřednictvím online odborných přednášek, diskuzí a rozhovorů v rámci akce „GreenWeek“ zapojili do tématu udržitelného rozvoje.

[Stáhnout](#)

Zdroj: ŠKODA AUTO



Společnost ŠKODA AUTO zve své zaměstnance na celém světě k účasti na akci „GreenWeek“

Obsahový rámec všech programových bodů akce „GreenWeek“ tvoří strategie „GreenFuture“. Pod jednou střechou spojuje společnost ŠKODA AUTO své ambiciózní cíle trvale udržitelného rozvoje a dále je rozšiřuje jako nedílnou součást své strategie „[NEXT LEVEL – ŠKODA STRATEGY 2030](#)“.

[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.