



TAKING CARE OF EACH OTHER

Fest in den Werten des Unternehmens verankert: Die Initiative Taking Care of Each Other

25.04.2022 10:00 CEST

Pernod Ricard Deutschland: Freier Tag für die mentale Gesundheit

Die Woche vom 25. bis zum 29. April steht für die Mitarbeiter:innen von Pernod Ricard Deutschland ganz im Zeichen der mentalen Gesundheit. Am 28. April ruft der Premium-Spirituosen Anbieter den "Mental Health Day" aus und schenkt seinen Mitarbeiter:innen einen zusätzlichen freien Tag. Bereits 2020 hat das Unternehmen eine eigene Initiative mit dem Namen „Taking Care of Each Other“ lanciert, die unterschiedliche Bereiche umfasst, um für das Thema zu sensibilisieren und aufzuklären. Der Aktionstag setzt ein wichtiges Zeichen, in diesen Zeiten aufeinander zu achten und sich Auszeiten zu gönnen.

Durchatmen und Entspannen steht im Fokus der Mental Health Week

Die Unternehmenskultur von Pernod Ricard Deutschland „Convivialité“ ist seit jeher geprägt von Zusammengehörigkeit, gegenseitigem Vertrauen sowie einem offenen Miteinander. Gelebte Werte, die in Zeiten einer Pandemie im Alltag nicht immer einfach umsetzbar sind. Deswegen möchte Pernod Ricard Deutschland dieses Jahr im Rahmen der internen „Mental Health Week“ ein Zeichen setzen und das Thema mentale Gesundheit sichtbar machen. Im Laufe der Woche gibt es für alle Mitarbeiter:innen Inspiration in Form einer Speaker-Session sowie hilfreiche Mental Health Tipps. Am 28. April, dem Welttag für Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz, bleiben die Rechner dann komplett aus und die Telefone stumm.

Der zusätzliche freie Tag für alle Mitarbeiter:innen dient der Erholung und ist ein Anreiz, sich eine Auszeit vom Alltag und Routinen zu nehmen und das eigene Wohlbefinden in den Mittelpunkt zu stellen. Ziel ist es, komplett von der Arbeit abzuschalten, sich auszuruhen, zu reflektieren und neue Energie zu tanken.

„Als Botschafter von Convivialité möchten wir, dass es unseren Mitarbeiter:innen gut geht. Wir möchten nicht wegschauen, sondern versuchen mögliche Warnzeichen zu erkennen und darauf zu reagieren. So können wir mit Aufklärung und Verständnis Freunden, Familie und Kolleg:innen helfen, die sich in einer schwierigen mentalen Situation befinden. Und gleichzeitig möchten wir gemeinsam Vorurteile abbauen. Mentale Erkrankungen müssen ernst genommen werden und dürfen kein Tabu mehr sein“, sagt Christin Kohnke, HR Director Western Europe Entity.

Mehr Aufklärung und Hilfe

Psychische Erkrankungen sind die zweithäufigste Ursache für Krankheitstage am Arbeitsplatz* – und doch noch immer ein Tabu. Denn die mentale Gesundheit ist ein Thema, über das zu sprechen schwierig ist. Oft fehlt das Vertrauen zum Umfeld, mal geht es um Stigmatisierung.

„Wir wissen und spüren, dass gerade die letzten beiden Jahre unseren Mitarbeiter:innen viel abverlangt haben. Ein erhöhtes Stresslevel, die soziale Distanz, die Doppelbelastung von Arbeit und Kinderbetreuung sowie die Unsicherheit und Angst, die durch die Pandemie entstanden sind – all das führt zu einer enormen mentalen Belastung“, erklärt Kohnke.

Mitarbeiter:innen haben die Möglichkeit, sich bei Bedarf an die unternehmenseigenen mentalen Ersthelfer:innen zu wenden. Zusätzlich können sie ein externes Beratungsangebot in Anspruch nehmen, das rund um die Uhr erreichbar ist und schnelle, anonyme Unterstützung in allen Lebenslagen bietet.

Über Pernod Ricard Deutschland:

Pernod Ricard mit Hauptsitz in Paris ist weltweit der zweitgrößte Spirituosen- und Weinkonzern mit einem Umsatz von 8,824 Millionen im FY 2021. Das Unternehmen verfügt über eines der prestigeträchtigsten und umfangreichsten Portfolios der Branche mit über 240 Premiummarken, die in mehr als 160 Märkten vertrieben werden. In Deutschland wird die Gruppe durch Pernod Ricard Deutschland GmbH mit Sitz in Köln repräsentiert und vermarktet ein Portfolio von bekannten Premium Marken wie z.B. Ramazzotti, Havana Club, Absolut, Lillet, Malibu, MALFY, Perrier-Jouët, Chivas Regal, Jameson, The Glenlivet, und Monkey 47. Der Erfolg in Deutschland basiert natürlich nicht nur auf den starken Marken, sondern genauso auf dem täglichen Einsatz aller 225 Mitarbeiter:innen. Die Unternehmenskultur wird von den drei Kernwerten Unternehmergeist, gegenseitiges Vertrauen und ein Gefühl für Ethik, sowie der Vision „Créateurs de Convivialité“ geprägt. Nachhaltigkeit und Verantwortung sind eine der Geschäftsprioritäten von Pernod Ricard und werden über die gesamte Geschäfts- und Wertschöpfungskette in alle Aktivitäten eingebunden. Die gelauchte Roadmap „Good Times from a Good Place“ fördert die Gruppe den Schutz von Anbaugebieten, eine zirkuläre Herstellung, das Wertschätzen von Menschen und eine verantwortungsbewusste Vermarktung. Die jedes Jahr stattfindende Employee Survey ergab, dass sich 81 % der Mitarbeiter:innen in hohem Maße mit dieser Vision identifizieren. Zudem stimmen 86 % zu, dass ihre Arbeit zum Erfolg von Pernod Ricard beiträgt und 80 % sind der Meinung, dass jede:r Créateur de Convivialité die gleichen Chancen im Unternehmen hat (iSay 2.0 Survey, 2021).

Mehr Informationen unter: www.pernod-ricard-deutschland.de

Kontaktpersonen



Birte Wald

Pressekontakt

Senior Communications Manager

Unternehmenskommunikation

presse@pernod-ricard-deutschland.com

+49 221 - 43 09 09 123