



KATARZYNA BYCZKOWSKA

Z wykształcenia chemiczka. Ukończyła studia na Politechnice Wrocławskiej. Ma dyplom MBA uniwersytetu w Calgary. Karierę zawodową rozpoczęła w Dow Chemical od stanowiska przedstawiciela handlowego. Z BASF związana od 2005 roku, najpierw w Wielkiej Brytanii jako kierownik sprzedaży na Europę Północną. Następnie pracowała w centrali w Niemczech. W latach 2008-2012 dyrektor handlowa na Europę Centralną i Rosję w BASF Polska, a w latach 2013-2017 wiceprezes do spraw sprzedaży i rozwoju rynku regionalnego w BASF Espanola. Następnie, w Wiedniu, była dyrektorem controllingu i projektów na Europę Centralną. Stanowisko dyrektor zarządzającej w spółce BASF Polska objęła w maju 2018 roku





FORBES WOMEN: W maju miną trzy lata, odkąd jest pani prezeską polskiego oddziału największego na świecie przedsiębiorstwa chemicznego. Jest też pani pierwszą kobietą pełniącą tę funkcję. Ile kobiet zajmowało kierownicze stanowiska, gdy obejmowała pani fotel prezeski?

KATARZYNA BYCZKOWSKA: Na pewno w Polsce była większa liczba kobiet na stanowiskach kierowniczych niż w naszej centrali w Niemczech. Wbrew powszechnym stereotypom Polki są bardzo aktywne i chętnie podejmują wyzwania – trzeba im to tylko umożliwić. Obecnie w BASF Polska kobiety stanowią 33 procent wszystkich pracowników. Natomiast wśród osób pracujących na stanowiskach kierowniczych, czyli dyrektorów lub szefów działów, 36 procent to kobiety. Są więc powody do satysfakcji. Kobiety są u nas szefowymi wielu działów, między innymi sprzedaży, finansów, HR czy działu operacyjnego.

Do 2030 roku BASF chce zwiększyć odsetek kobiet na stanowiskach kierowniczych do 30 procent na całym świecie. Z tego, co pani mówi, w polskim oddziale ten cel już osiągnięto. Tak, i jesteście z tego bardzo dumni. Dodatkowo, dzięki stosowaniu systemu określonych przedziałów płacowych na poszczególnych poziomach stanowisk, w naszej firmie nie występuje zjawisko tak zwanej luki płacowej. Kobiety i mężczyźni wykonujący tę samą pracę zarabiają tyle samo. Warto także zwrócić uwagę na różnorodność zatrudnienia ze względu na wiek: najmłodszy pracownik ma 20 lat, a najstarszy 67. To jednak nie znaczy, że możemy spocząć na laurach. Jest dobrze, ale może być jeszcze lepiej, dlatego promujemy różnorodność wśród naszych pracowników, a także włączamy się w różne aktywności i inicjatywy zewnętrzne związane z tym zagadnieniem. Pozytywne sygnały płyną z naszej centrali w Niemczech: w sześcioposobowym zarządzie jest jedna kobieta. Z początkiem lutego tego roku dołączyła druga. To znaczy, że centrala firmy już w 2021 roku spełni 30-procentowy globalny wymóg reprezentacji kobiet w zarządzie. Przykład idzie więc z góry. Najważniejsze jest jednak to, że już nikogo nie trzeba przekonywać, że równowaga płci w firmie powinna być czymś oczywistym i czymś, co przynosi korzyści. Dziś już wszyscy widzą, że kobiety mają potencjał.

Przykład idzie z góry

U nas nikogo nie trzeba przekonywać, że równowaga płci w firmie przynosi korzyści – mówi Katarzyna Byczkowska, prezeska BASF Polska

ROZMAWIAŁ | GRZEGORZ SAJÓR

Hasło „Chemia jest kobietą” ma trochę prowokować. Poprzez konkretne przykłady udowodniać, że stereotyp, iż kobieta nie może lub nie da rady, już nie obowiązuje



Trzeba im tylko dawać szanse i umożliwiać rozwój. Oczywiście nie oznacza to, że nie napotkają już żadnych przeszkód w rozwoju kariery ani nie zderzą się ze szklanym sufitem.

Co najbardziej przeszkadza w jego przebijaniu? Po pierwsze, myślę, że na nowo należy zdefiniować pojęcie „szklany sufit”. Wydaje mi się, że dziś nie oznacza ono tylko „przebijania” się do poziomu stanowisk zajmowanych przez mężczyzn. To także odwaga w podejmowaniu ważnych decyzji, na przykład przy rozpoczynaniu kariery międzynarodowej czy pokonywaniu obaw przed dużymi zmianami, które mogą z niej wynikać. Zdarza się, że dużym ograniczeniem dla kobiet jest mobilność. Podejmowanie istotnych wyzwań zawodowych, aspirowanie do stanowisk menedżerskich i zarządczych w firmie, która ma wiele oddziałów na całym świecie, wymaga zgody na częste przemieszczanie się, a nawet na zmianę miejsca pracy. Dla kobiet, które łączą karierę zawodową z rodziną, może to być przeszkodą utrudniającą podjęcie takiej decyzji.

Pani się jednak udało. W swojej karierze pracowała pani w wielu firmach i w różnych krajach: Wielkiej Brytanii, Hiszpanii, Austrii i Niemczech. Konieczność przenoszenia się z miejsca na miejsce nie była dla pani problemem? Tak się złożyło, że moja sytuacja rodzinna na to pozwalała, mówiąc nieco żartobliwie – dość długo byłam niezależna. Późno założyłam rodzinę, więc mobilność nie była dla mnie kłopotem. Rzadko się zdarza, by mąż i żona znajdowali odpowiednią pracę w jednym miejscu. Bywa, że kobieta rezygnuje ze swojej kariery i podąża za mężem. Sytuacje odwrotne bywają rzadkością.

Czy kiedykolwiek pomyślała pani: jest mi trudniej, bo jestem kobietą? Przyznam, że nie przypominam sobie takiej sytuacji, a wręcz czasami było to atutem. Na początku swojej kariery pracowałam jako handlowiec, a w zespole byłam jedną z nielicznych kobiet. Zdarzało się, że dzięki mniej męskiemu podejściu do niektórych spraw udawało mi się efektywniej

realizować zadania czy stworzyć nowe możliwości biznesowe. Bodaj tylko raz, gdy po studiach starałam się o pracę, usłyszałam po rozmowie kwalifikacyjnej od szefa firmy, że woli zatrudnić mężczyznę, bo nie przeszkodzi mu w wypełnianiu obowiązków role matki czy żony.

Przeszkodą w robieniu kariery przez kobiety bywa ich brak wiary w siebie i – często przecież wyższe od mężczyzn – kompetencje. Pani doświadczała takich rozterek? Chyba miałam pod tym względem bardziej pragmatyczne podejście. Z chęcią podejmowałam kolejne wyzwania. One mnie napędzały i motywowały. Przyznaję, że czasem już po podjęciu wyzwania zastanawiałam się, jak mu sprostać. Czy na pewno dam radę. Ale dylematów, czy warto stawiać kolejny zawodowy krok, nigdy nie miałam. Zdaję sobie jednak sprawę, że czasami kobietom może brakować odwagi, a przede wszystkim wsparcia innych osób przy podejmowaniu ważnych decyzji, choć umiejętnościom na pewno nie ustępują mężczyznom.

Czy jako prezeska BASF Polska czuje pani, że powinna jako szczególnie wspierać kobiety? BASF Polska zawsze wspierała wszystkich swoich pracowników. Ważne jest dla nas udoskonalanie ich kompetencji i wspieranie różnorodności w firmie. Dotyczy to również kobiet. Osobiście staram się mocno wspierać kobiety w ich rozwoju. Angażuję się w mentoring, a przede wszystkim dzielę się swoimi doświadczeniami, sukcesami, ale mówię także o przeszkodach, które napotkałam na swojej drodze. Sama też uczę się od młodych kobiet. Mam okazję poznać ich inne podejście do świata. Często różne od mojego. Każde takie doświadczenie jest cenne, bo pozwala obalać mity i stereotypy. Często spotykam kobiety mądre, odważne, pewne siebie, od których czerpię inspiracje do rozwoju. Zwykle mówi się, że kobiety są bardziej wrażliwe i że to przeszkadza w biznesie. Czy tak rzeczywiście jest? Nie sądzę. Uważam, że wrażliwość może być ogromnym atutem. Dlatego by takie utarte opinie i reguły łamać, warto wspierać kobiety poprzez różne inicjatywy.

Na przykład jakie? Obecnie przygotowujemy kampanię, która ma przełamywać stereotypy, że chemia jest branżą wyłącznie dla mężczyzn. Chcemy pokazać, czym się zajmuje i że nie jest to wcale męska domena. Nawet w produkcji mogą pracować kobiety.

Projektów wspierających kobiece inicjatywy mamy kilka i myślę, że właśnie dzięki temu kobiety stanowią dziś ponad 33 proc. pracowników. Jesteśmy dumni z poziomu ich zatrudnienia w naszej fabryce w Środzie Śląskiej. Jest to bowiem zakład produkujący katalizatory, co raczej nie kojarzy się z kobiecym zajęciem. Tymczasem nawet tam szefową jednego z działów jest kobieta, a chcemy, by było ich jeszcze więcej.

Stąd nazwa tej kampanii: „Chemia jest kobietą”? To hasło ma trochę prowokować. Bo chemia kojarzy się raczej z przemysłem, a przemysł z mężczyznami. Zresztą przez wiele lat BASF był rzeczywiście zdominowany przez mężczyzn. Na szczęście rozwój technologiczny przyczynił się do tego, że nawet zajęcia do tej pory typowo męskie mogą dziś z powodzeniem wykonywać kobiety. I w tej kampanii chcemy takie kobiety pokazywać. Poprzez konkretne przykłady udowodnić, że stereotyp, iż kobieta nie może lub nie da rady – już nie obowiązuje.

Wspieranie kobiet to element polityki włączającej, promującej różnorodność. Jedną z naszych kluczowych wartości jest otwartość. A to oznacza między innymi otwartość na różnorodność. Podpisana przez nas w ubiegłym roku Karta różnorodności jest potwierdzeniem celów, które sobie stawiamy. Akcja „Chemia jest kobietą” jest właśnie związana z promowaniem różnorodności. Nie chcemy, by jakakolwiek grupa w naszej firmie czuła się dyskryminowana. Stąd podejmowanie działań włączających, a nie wykluczających kogokolwiek. Jesteśmy pracodawcą, który aktywnie przeciwdziała dyskryminacji ze względu na pochodzenie, preferencje, poglądy czy jakiegokolwiek inne względy, i jest to nasz cel nadrzędny.

Wiele kobiet przyznaje, że czas na karierę i rodzinę przypada na ten sam okres ich życia. Dlatego staramy się je wspierać, kiedy chcą godzić pracę z rodziną i wychowaniem dzieci. I sądzę – patrząc na liczbę kobiet, które u nas pracują i zajmują stanowiska kierownicze – że to nam się udaje. Większym wyzwaniem jest, jak już wspominałam, godzenie spraw rodzinnych z karierą międzynarodową. Pozytywne sygnały dają pod tym względem rozwiązania stosowane w czasie pandemii. Gdy wiele spotkań realizowanych jest online, miejsce zamieszkania jest mniej istotne. To jest szansa dla kobiet.

A jakieś inne plusy pandemii? Myślę, że przez pandemię jeszcze bardziej umocnił się trend pracy zdalnej. Teraz mamy takie możliwości technologiczne, że obowiązki mogą być wypełniane efektywnie za pomocą wielu różnych narzędzi internetowych. Dokonała się istotna transformacja sposobu komunikowania się. Jak w przypadku wielu firm pracę biurową zastąpiliśmy pracą zdalną i okazało się, że można działać bez wielu rzeczy, bez których wcześniej nie wyobrażaliśmy sobie funkcjonowania. Taki trend może mieć znaczenie w rozwijaniu międzynarodowej kariery, gdy częstym problemem jest mobilność. Być może możliwości pracy z różnych miejsc na świecie bez konieczności przeprowadzki go rozwiążą?

Jak zapowiada się rok 2021? Najważniejsze jest opanowanie pandemii, a co za tym idzie, zakończenie restrykcji związanych z walką z koronawirusem. Biznes wprawdzie działa, ale chyba wszyscy jesteśmy już zmęczeni i marzy nam się, żeby było jak dawniej.

Co się tyczy wyzwań, dużą wagę przykładamy do ochrony klimatu. To istotny element strategii BASF i staje się on coraz ważniejszy również dla naszych klientów. Stawiamy sobie za cel utrzymanie stałego poziomu emisji CO₂ związanej z produkcją do 2030 r. bez negatywnego wpływu dla dynamiki rozwoju przedsiębiorstwa. W przyszłości będziemy w stanie dostarczać rzetelne dane na temat emisji, dzięki którym odbiorcy naszych produktów łatwiej ocenią realizację własnych celów dotyczących ochrony klimatu. Wiemy bowiem, że w walce o klimat najważniejsza jest współpraca wszystkich uczestników rynku. Dlatego zawsze chętnie angażujemy się w dialog z klientami, partnerami biznesowymi i wszystkimi innymi interesariuszami, by wspólnie wypracowywać rozwiązania dla obszarów związanych z ochroną środowiska.

A jakie są pani największe wyzwania? W 2021 roku najważniejszym wyzwaniem będzie dla nas powrót do tak zwanej nowej normalności. Do spotkań już na żywo, a nie online, do wydarzeń biznesowych i nie tylko. Myślę, że już wszyscy na to czekamy, choć równocześnie zdajemy sobie sprawę, że jeszcze to trochę potrwa. Poza tym chciałabym utrzymać dobrą passę BASF Polska, bo pomimo pandemii w wielu segmentach naszej działalności zanotowaliśmy wzrost. A co jeszcze? Na pewno kampania „Chemia jest kobietą”, w którą osobiście się angażuję. Sama jestem ciekawa, z jakim odzewem się spotka. ●

GRZEGORZ SAJÓR