MEGKÖZELÍTÉSÜNK

JÖVŐKÉP
Elsők vagyunk és elsők is maradunk.

KÜLDETÉS
Érthetőbbé és elérhetőbbé tesszük a digitális világot. Mindenkinek biztosítjuk a könnyebb, színesebb és sikeresebb élet lehetőségét.

VÁLLALATI STRATÉGIA

Összpontosított stratégiai erőfeszítéseinknek köszönhetően 2015 negyedik negyedévében a Magyar Telekom megtartotta vezető pozícióját a magyarországi vezetékes hang, szélessáv, fizetős tévészolgáltatás, mobil és ICT üzleti területeken, javult az ügyfélmegtartási képességünk, és jelentős mennyiségi növekedést értünk el. Fokozatosan bővítettük továbbá hálózati és ügyfélkiszolgálási képességeinket, proaktívan kiaknázva különböző partnerkapcsolati modelleket is.

Stratégiai fókuszaink mentén folytatjuk átalakulásunkat egy diverzifikált digitális szolgáltatóvállalat irányába: célunk az alaptevékenység megújítása, fokozása és kiterjesztése, ami a szabad cash flow növekedésével párhuzamosan egy agilisabb szervezet kialakítását segíti elő. Középtávú stratégiai célunk, hogy hatékonyabb és agilis szervezetté váljunk, termék- és szolgáltatásportfóliónkat egyszerűsítsük, fokozzuk folyamataink automatizálását, és nagyobb arányú online ügyfélkiszolgálást érjünk el. Integrált szolgáltatóként fő célunk továbbra is az, hogy különleges ügyfélélményt nyújtsunk ügyfeleinknek vezető márkánk és kiváló technológiánk segítségével.

A változó ügyféligények, a technológiai fejlődés és az új üzleti modellek előtt járva új kompetenciáink mentén kihasználjuk képességeinket, hogy vezető szerephez jussunk az otthonok digitális kiszolgálásában. Az e-egészségügy, az IoT, a felhőalapú, a pénzügyi és biztosítási szolgáltatások területén folytatjuk azon új üzleti lehetőségek felkutatását és kiaknázását, melyek az ügyfelek megtartását szolgálják, és új bevételi forrásokat jelentenek mind a lakossági, mind az üzleti szegmensben. A megváltozott piaci környezet következtében a lakossági földgázpiacról kiléptünk. Ugyanakkor energiaszolgáltatási tevékenységünk fejlesztése és optimalizálása érdekében közös vállalatot hoztunk létre az üzletienergia-ügyfelek kiszolgálására.

Stratégiánk lehetővé teszi számunkra, hogy kiaknázzuk és bővítsük kiterjedt ügyfélbázisunkat, jelentősen javítsuk hatékonyságunkat, valamint megragadjuk a növekedési lehetőségeket az információ- és kommunikációtechnológia területén és a kapcsolódó iparágakban, ami hosszú távon további stabil készpénztermelést eredményez.

FENNTARTHATÓSÁGI MEGKÖZELÍTÉSÜNK

Felismerve a fenntartható fejlődés fontosságát – valamint a tényt, hogy ez a jövő üzleti tevékenységéhez alapvető fontosságú –, a Magyar Telekom Csoport kötelezettséget, felelősséget vállal arra nézve, hogy működését, vállalatirányítását, tevékenységeit ennek szellemében végzi Magyarországon és minden országban, ahol üzletileg vagy együttműködés formájában megjelenik. Ez nemcsak a vállalatcsoport hosszú távú sikerét rejti magában, hanem a régióban betöltött szerepén, valamint a szolgáltatásain keresztül a társadalom, a környezet és a gazdaság számára is jelentős pozitív hatással bír.

Az ábrán a vállalatcsoportnak a fenntarthatósággal való komplex viszonyát mutatjuk be a környezet–társadalom–gazdaság hármas viszonylatában. Ennek megfelelően alakítottuk ki a Magyar Telekom Csoport fenntarthatósági szemléletét, amely az alábbi három, egymással szoros kapcsolatban álló pillér köré csoportosul.

Fenntarthatósági értékek

A fenntarthatóság három dimenzióján belül a következő értékek jellemzik a fenntarthatósági feladatokat:

Gazdasági dimenzió

- Vállalat, tisztesség, átláthatóság
- Jövőkép, innováció
- Munkavállalók, csapat, dinamizmus
- Ügyfél

Társadalmi dimenzió

- Demokrácia, információs társadalom
- Jövő generációi, fenntartható társadalom
- Sokszínűség, társadalmi szolidaritás, életminőség
- Partnerség, tehetség, kreativitás

Környezeti dimenzió

- Föld
- Élhető, egészséges környezet
- Természet, biológiai sokféleség
- Természeti erőforrások

A fenntarthatóság átszövi a szervezet egészét, így nem kezelhető elkülönülten, egyetlen szervezeti egység feladataként. Az egyes feladatok a vállalatcsoport legkülönbözőbb területeihez tartoznak, és gyakran egymástól távoli egységek együttműködését igénylik. A fenntartható fejlődés nem egyszemélyes kihívás – mindenkit személyesen érint.

A FENNTARTHATÓSÁG SZERKEZETI MEGKÖZELÍTÉSE

FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIA – ELŐZMÉNYEK ÉS TERVEK

Tavaly a harmadik, 2011-től 2015 végéig szóló Fenntarthatósági stratégiánkat lezártuk, és belekezdtünk az új, ötéves stratégia megalapozásába.

Az elmúlt öt évben fő célkitűzésünk az volt, hogy a fenntarthatóság váljon a Magyar Telekom identitásának részévé, ezzel is versenyelőnyt biztosítva a vállalat számára hosszú távon.

A témákat aszerint rangsoroltuk, hogy mekkora figyelmet és erőforrást igényelnek. Így emeltünk ki öt témakört az összesen több mint száz feladat és kulcsindikátor közül. Ezek a kiemelt témák és teljesülésük 2015 végén a következők voltak:

Márkamenedzsment – a fenntarthatóság fogalma és Telekomhoz kötődése

Célunk egyrészt az volt, hogy a fenntarthatóság fogalmának ismertsége lakossági körben 20%-os, a munkatársak körében 80%-os legyen, hiszen amit nem ismerünk, azért nem tudunk tudatosan tenni.

A fenntarthatóság fogalmának ismerete a 2015-ös kutatások alapján lakossági körben 24%-os, munkatársi körben pedig 79%-os volt.

Másrészt azt a célt is kitűztük, hogy a legfenntarthatóbb vállalatként említse a Magyar Telekomot a lakosság 10%-a (eredeti cél 20%), valamint a munkatársak 60%-a (eredeti cél 50%). Az öt év során az eredeti célokat revideálnunk kellett; így a lakossági célkitűzésünket erőforrás okok miatt csökkentettük, a munkatársit azonban növeltük.

A stratégiai ciklus végére a Magyar Telekomot a lakosság 12,8%-a, a munkatársak 61,3%-a mondta a legfenntarthatóbb vállalatnak.

Innovációmenedzsment – társadalmi és környezeti célú innovációk

Célul tűztük ki, hogy a társadalmi és/vagy környezeti célú innovációk az összes kutatás-fejlesztés értékének minimum 10%-át tegyék ki.

Ezt a célt a stratégiai időszak minden évében túlteljesítettük. 2015-ben a társadalmi és környezeti innovációk aránya 61% volt.

Szállítói sztenderdek – fenntartható szállítóilánc-menedzsment

Egy nemzetközi szakmai alapokon nyugvó, fenntartható szállítóilláncmenedzsment-folyamatot akartunk kialakítani és működtetni.

Ez a teljes körű, szabályozott folyamat el is készült, 2015-ben a pilot sikeresen lezárult.

Klímavédelem – karbonsemleges működés a klímastratégia mentén

Célunk a CO_2-kibocsátás csökkentése volt, amit a stratégiai időszak elején 20%-ban határoztunk meg (a 2004-es bázisévhez viszonyítva), majd az utolsó évre a karbonsemleges működést tűztük klímastratégiánk zászlajára.

Örömmel hangoztatjuk ezen a fórumon is, hogy 2015-ben a teljes Magyar Telekom Csoport karbonsemleges működést ért el, amihez hozzájárult, hogy 187 GWh megújuló energiát vásárolt.

Telekommunikációs szolgáltatások hatása – fenntartható versenyelőny

Hisszük, hogy az infokommunikáció eszköz lehet a fenntartható fejlődésben. Ezért elvárhatónak tartottuk, hogy éves árbevételünk egyötödét (20%-a) fenntarthatóság felé mutató termékek és szolgáltatások adják.

2015 végére a Magyar Telekom magyarországi árbevételének 21%-a származott fenntarthatóság felé mutató termékekből és szolgáltatásokból.

A fentiekből jól látszik, hogy kiemelt prioritású célkitűzéseinket teljesítettük. A stratégiai ciklust pedig összességében 83%-os teljesüléssel zártuk.

Legkedvesebb eredményeink között mindenképp említést érdemel a Fenntarthatósági Nap, mely fesztiválkonferenciából a nyolcadikat rendeztük meg 2015-ben; a hello holnap! mobilapp, amely a fenntartható fejlődésre nevel, miközben rászoruló civil szervezeteknek segít; a közösségi kertek Budapesten, melyek a sharing economy jegyében saját ingatlanjainkon működnek; a hello holnap! díjcsomag, amely – az országban elsőként – minden fogyatékkal élő részére hozzáférhető, és még számos olyan eredményt sorolhatnánk, amelyek mind egy-egy fontos cseppként gyűrűznek tovább a fenntarthatóság tengerében.

Az eredményeknél azt is hangsúlyozni kell, hogy tevékenységünket a 2011–2015 közötti stratégiai időszak alatt több felelős befektetői értékelő is kiemelkedőnek találta, de a legnagyobb büszkeségünk, hogy az Oekom Research a világ 108 vezető telekommunikációs cége közül a Magyar Telekomot a harmadik helyre sorolta. Csupán a Deutsche Telekom és a British Telekom végzett előttünk. Ezzel egy számunkra is szinte hihetetlenül jó helyre írtuk fel magunkat a világranglistán.

Az elért stratégiai eredmények ismeretében kezdtünk neki az új, következő 5 évre szóló stratégiánk kidolgozásának, melynek kereteit az eredményeken túl befolyásolták a felelős befektetői elvárások, EU-s irányelvek, iparági, illetve vállalati trendek és a helyi, azaz magyar viszonyok, valamint a fogyasztói magatartás.

Az új, 2020 végéig szóló stratégia fő célkitűzése, hogy a fenntarthatóság váljon a Magyar Telekom üzletének részévé, azaz a felelős identitásunkból kovácsoljunk hasznot.

A cél eléréséhez három nagyobb fókuszterületet határoztunk meg:

Klímavédelem

Célunk, hogy ügyfeleink is legyenek klímatudatosak, és mint hiteles és felelős vállalat segítsük őket ebben.

Ambiciózus célkitűzésünk, hogy bevételt generáljunk klímavédelmi tevékenységünkből, hiszen az infokommunikációnak ebben különösen jó lehetőségei vannak, emellett pedig 100 000 tonna CO_2 alá szorítsuk a Magyar Telekom Csoport tényleges kibocsátását.

Ezek érdekében a kibocsátáscsökkentési feladatok mellett kimondottan „zöld" szolgáltatások kialakításán is dolgoznunk kell.

Oktatás

Szerepet kívánunk vállalni abban, hogy a lakosság és az ügyfeleink képzettebbek lehessenek.

Célunk, hogy képzéseink révén a stratégiai időszak végére Magyarországon 100 000 embert érjünk el direkt vagy indirekt módon. Ezeket a képzéseket elsősorban két területre koncentráljuk: a digitális felzárkóztató programokra és az iparági utánpótlásra.

Digitális fenntarthatóság

Fenntartható digitális vállalatként egyértelmű elvárásunk, hogy használjanak ügyfeleink is fenntartható digitális szolgáltatásokat. Ehhez egyrészt törekszünk majd felelős marketingre és olyan aktivitásokra, melyek másokat is képessé tesznek (enablement), inspirálnak, és a megosztáson alapulnak.

Ezekhez kapcsolódóan pedig azt a célt tűztük ki, hogy a Magyar Telekom mint fenntartható vállalat ismertsége érje el az 50%-ot.

Nem könnyű a negyedik stratégiában még magasabbra emelni a lécet, de úgy gondoljuk, hogy sikerült olyan kihívásokat magunk elé tűzni, amelyek révén mindannyian okosabbak leszünk, mint 5 éve, azaz az előző stratégia végrehajtása során. Amikor pedig arról beszélünk, hogy okosabb, akkor beleértjük a fenntarthatóbb, tudatosabb, felelősebb viselkedést, a képzettebb embereket és az olyan megoldásokat, melyek révén a tevékenységek olcsóbban, hatékonyabban, digitálisan megvalósíthatók. Ezt a hidat építjük a jövőbe.

Budapest, 2016. június 30.

SOMORJAI ÉVA

HR-vezérigazgatóhelyettes,
a fenntarthatóságért felelős felső vezető

SZOMOLÁNYI KATALIN

a Vállalati Fenntarthatósági Központ vezetője,
a fenntarthatósági tevékenység szakmai irányítója

LÉNYEGESSÉG

A jelentés összeállításakor – megfelelve a Global Reporting Initiative (Globális Jelentéskészítési Kezdeményezés) negyedik generációs irányelvei (GRI G4) szerinti Átfogó (Comprehensive) alkalmazási szintnek – a hangsúlyt a lényegességre, az érdekelt felek bevonására, a teljességre, a pontosságra, az összehasonlíthatóságra, az időszerűségre, a megbízhatóságra, az egyensúlyra és a fenntarthatósági összefüggések bemutatására helyeztük.

A jelentés körének és tartalmának meghatározása a Magyar Telekom lényegességi elemzése alapján történt, amelyhez külső forrásként felhasználtuk a felelős befektetői értékelők (RobecoSam, Oekom Research, Sustainalytics) kérdéseit és a Global e-Sustainability Initiative (GeSI) ICT-szektorra készített lényegességi elemzését és útmutatóját (http://gesi.org/portfolio/report/79). A Magyar Telekom lényegességi elemzése segít meghatározni a vállalat és érdekelt felei számára fontos és aktuálisan hangsúlyos fenntarthatósági témákat, valamint az üzleti folyamatokon, stratégiai célokon keresztülvezetni az érdekelt felek érdekeit.

A témák definiálását, rangsorolását és csoportosítását elsősorban a Magyar Telekom Csoport Fenntarthatósági stratégiájának elkészítésekor és annak éves, az Ügyvezető Bizottság felé történő riportálásakor definiáljuk, ellenőrizzük, szükség esetén újragondoljuk és módosítjuk. A lényegességi folyamat kialakulásában segítséget jelent a vállalat más stratégiáival való folyamatos összehangolás is.

A 2015. évről szóló jelentés körének, tartalmának és szerkezeti felépítésének meghatározásához figyelembe vettük továbbá az érdekelt feleink körében végzett felmérést, amelyről az Érdekelt feleink fejezetben olvashatnak.

A 2011–2015 közötti időszakra szóló fenntarthatósági stratégiai prioritások és érdekelt feleink prioritásainak összevetése alapján a jelentésben szereplő fenntarthatósági témakörök lényegességi rangsorolása és csoportosítása a következők szerint történt:

Magas prioritású témák

- Klímavédelem és energiahatékonysá
- Innováció a fenntarthatóságért
- Fenntarthatóság a beszállítói láncban
- Helyi beszerzések
- Munkatársak bevonása
- Digitális felzárkóztatás
- ICT a fenntarthatóságért
- Ügyfél-elégedettség
- Beszállítói kapcsolatok
- Kibocsátások
- Erőforrás-felhasználás
- Emberi jogok, esélyegyenlőség

Közepes prioritású témák

- A gyermekek védelme a digitális világban
- Ügyfeleink tájékoztatása
- Környezeti célok, költségek és megfelelés
- Munkatársaink a társadalmi felelősségvállalásban
- Közösségi befektetés
- Szponzorálás
- Ügyfeleink bevonása
- Szabályozói megfelelés
- Környezetvédelmi és társadalmi témájú együttműködések

Alacsony prioritású témák

- Felelős vállalatirányítás
- Munkahelyi egészség és biztonság
- Biztonságos mobilhasználat, elektromágneses terek
- Adatvédelem
- Szakmai együttműködések
- Tehetségmenedzsment
- Ügyfélpanaszok kezelése
- Szolgáltatások rendelkezésre állása
- A tartalomszolgáltatás jogi és etikai kérdéseinek kezelése
- Kockázatmenedzsment
- Változások menedzselése
- Befektetői kapcsolatok
- Vállalati megfelelőség
- DELFIN Díj a felelős vállalatoknak
- Működési adatok
- Részvétel a közpolitikában

Elemzésünk során úgy ítéltük meg, hogy a lényegességi rangsorolás mellett valamennyi témakör jelentőséggel bír vállalaton kívül és belül egyaránt.

A jelentés szerkezetében és felépítésében a lényegességi elemzés során kialakult prioritásokat követjük: a magas és közepes prioritású témaköröket részletesebben mutatjuk be, míg az alacsony besorolásúakról elsősorban a GRI-tartalommutatóban nyújtunk információt annak érdekében, hogy valamennyi érdekelt felünket a legátláthatóbban informáljuk vállalatirányítási, környezeti, társadalmi hatásunkról, a kockázatokról és a lehetőségekről.

A JELENTÉS TARTALMI MEGHATÁROZÁSÁNAK FOLYAMATA

A JELENTÉS CÉLJA ÉS ALKALMAZÁSI KÖRE

A cél a teljeskörűség, a jelentés minden érdekelt fél számára információforrás, de teljes terjedelmében részvényeseink, befektetőink, köztük is elsősorban felelős befektetőink és a fenntarthatósági elemzők számára készült.

A TÉMÁK MEGHATÁROZÁSA

A témák a felelős befektetői értékelők, a befektetők és a szabályozók által igényelt információk alapján lettek meghatározva.

BEVONÁS, TESZTELÉS, VALIDÁLÁS

Folyamatos információszerzés, a trendek elemzése, a vállalat szervezeti egységeivel való összehangolás, érdekelt feleink bevonása, visszajelzések beépítése.

A TÉMÁK PRIORIZÁLÁSA

A priorizálás a stratégiában megvalósul, a fenntarthatósági jelentés azonban a beszámolás eszköze, így minden meghatározott témát lefed.

FENNTARTHATÓSÁGI MEGKÖZELÍTÉSÜNKHÖZ KAPCSOLÓDÓ STRATÉGIÁK, POLITIKÁK

Humánstratégia

A Fenntarthatósági stratégia egyik kulcskihívása az emberierőforrás-menedzsment területe, ezért a Magyar Telekom humánstratégiájának is fontos szerep jut a fenntarthatósági célok elérésében. A Magyar Telekom 2011–2015. évre meghirdetett humánstratégiáját a vállalati stratégiával összhangban alakítottuk ki. A víziónk egy élhető, szerethető és sikeres vállalat működtetése. Ez megerősíti munkavállalóink elkötelezettségét, elégedettségét, és vonzó a munkaerőpiacon is.

A Magyar Telekom Humánstratégiája a vállalat szemszögéből:

- Hatékony vállalat – a személyi jellegű költségek árbevétellel arányos, folyamatos optimalizálása
- Versenyképes vállalat – versenyelőny a humántőkével (képzés-fejlesztés, karriermenedzsment)
- Energizált vállalat – nemzetközi, sokszínű, egészséges, sikereket megélő közösség

A Magyar Telekom Humánstratégiája a munkatársak szemszögéből:

A munkatársak fejlesztése a munkavállalói élmény növelésén keresztül valósul meg, ami kulcseleme a stratégiánknak. Beazonosítottuk a telekomos munkavállalói életciklus állomásait, és minden egyes állomáshoz hozzárendeltük a megvalósításhoz szükséges HR-eszközöket. 2012-ben A Legjobb Munkahely felmérésben a második helyet szereztük meg nagyvállalati kategóriában, a címet három évig büszkén viseltük.

- Kiválasztás: A belső utánpótlás egészséges szintjének fenntartásával és az atipikus foglalkoztatás súlyának növelésével sokszínű munkahelyet teremtünk. A belső utánpótlás aránya 70% a cégnél, és a munkatársak 12%-a dolgozik atipikus formában.
- Megállapodások: Átlátható, rugalmas és megbízható kereteket teremtünk. A munkavállalói érdekképviseletekkel kiegyensúlyozott partnerkapcsolatot tartunk fenn, és a munkavállalói szerződések egységesítésére törekszünk.
- Orientáció: Tudásunk, kultúránk és élményeink megosztásával válhatnak csapattaggá új kollégáink. Orientációs programunkat megújítottuk annak érdekében, hogy az valóban informatív és hatékony esemény legyen az új kollégák számára, egyben segítse a szervezeti kultúrába való beilleszkedést is.
- Javadalmazás: Átlátható, egyszerű és egységes munkaköri modellt működtetünk, amely a hierarchia helyett a munkakörök valódi értékét tükrözi, és alkalmas a piaci összehasonlításra, megteremtve ezzel a versenyképes javadalmazási rendszer alapját.
- Képzésfejlesztés, szervezetfejlesztés: Versenyelőnyünket képzett munkatársainknak köszönhetjük. A legjobb nemzetközi gyakorlatnak megfelelő mértékű anyagi forrást fordítunk munkatársaink fejlesztésére. Nagy hangsúlyt helyezünk a belső tudásmegosztásra is, a tréningek jelentős részét belső erőforrásból biztosítjuk.
- Munka, magánélet: Energizált munkatársaink tesznek minket sikeressé. A vállalat által szervezett programokkal és béren kívüli juttatásokkal segítjük megőrizni munkatársaink szellemi és fizikai egészségét.
- Tisztességes elbocsátás: Korrekt módon, tisztességesen válunk meg munkatársainktól. A gondoskodó elbocsátás kiemelt érték, emellett tudatosítjuk munkatársainkban, hogy a piacképesség megtartása mindenkinek saját felelőssége.

2015-ben került sor a célkitűzések megvalósításának kiértékelésére és a 2016-ban meghirdetendő új humánstratégia kialakítására.

Támogatási stratégia

A Magyar Telekom – már két évtizede – kiemelt figyelmet fordít társadalmi felelősségvállalási, azon belül támogatási programjainak kiválasztására és megvalósítására. Támogatási tevékenységét a Társaság központilag szabályozott és auditált folyamatok mentén végzi. A gazdasági, társadalmi és természeti környezet változása természetesen megköveteli támogatási rendszerünk folyamatos felülvizsgálatát.

E folyamat eredményeként az elmúlt években ez irányú tevékenységünk integrált működtetésére, profilhű támogatási projektek hatékony megvalósítására, a vállalatcsoportban rejlő szinergiák felkutatására és kihasználására, fókuszált működésre törekedtünk.

A Társaság szponzorációs tevékenysége elsősorban a sport és a zene köré épül, és a hazai élsport, tömegsport támogatásától kezdve a könnyűzenei fesztiválok, zenei intézmények támogatásáig ível. A Magyar Telekom számára fontos szempont, hogy szponzorációs tevékenységét harmonizálja fenntarthatósági tevékenységének egyéb elemeivel. Elengedhetetlen, hogy ne kizárólag pénzbeli támogatással járuljunk hozzá a kezdeményezésekhez, hanem alaptevékenységünkből következően infokommunikációs megoldásokkal is segítsük a projektek megvalósítását.

A Magyar Telekom tisztában van a méretéből is eredő társadalmi és gazdasági felelősségével, amelynek minden tekintetben igyekszik megfelelni. A Társaság célja, hogy társadalmi felelősségvállalása, támogatási tevékenysége szemléletformáló hatású legyen, ezért – már a kezdetektől fogva – kiemelt figyelmet fordít társadalmi felelősségvállalási programjának kommunikációjára, ügyfeleinek és dolgozóinak bevonására, aktivizálására.

2013 óta a vállalat felső vezetésének döntése értelmében és vállalati stratégiánknak megfelelően társadalmi felelősségvállalási gyakorlatunkat alaptevékenységünkhöz kötjük, azaz olyan digitális edukációs programokra fektetünk hangsúlyt, amelyek a társadalom digitális érettségét fejlesztik oly módon, hogy a mindennapokban felhasználható tudást nyújtunk. 2013-ban ezért hoztuk létre a Telekom Okosdigitális Programot, amely 2015 év végén kiegészült a Legyél Te is Informatikus! pályaorientációs programmal.

Környezetvédelmi politika

A Magyar Telekom Csoport a fenntartható fejlődés iránti elkötelezettségét és ezen belül a környezetvédelem ügye iránti törekvéseit, vállalásait a környezetvédelmi politikában jeleníti meg. A politika a Magyar Telekom Csoport tagjaira egyénileg és a Csoportra együttesen is tartalmaz kötelezettségeket: http://www.telekom.hu/static/sw/download/Magyar_Telekom_kornyezetvedelmi_politika.pdf

Minőségpolitika

A Magyar Telekom Csoport a 2005-ben elfogadott Minőségpolitikáját 2009-ben újította meg; ennek szövege teljes terjedelmében a következő címen érhető el: http://www.telekom.hu/static/sw/download/minosegpolitika.pdf

Menedzsment-rendszerek

2014 novemberében jelentősebb észrevételek nélkül kerültek megújításra a Magyar Telekom Csoport ISO 9001, ISO14001, ISO 27001 tanúsítványai; ugyanebben az évben a DT kiterjesztette HSE (ISO 14001, OHSAS 18001) tanúsítását a Magyar Telekom Nyrt.-re. A Magyar Telekom Nyrt. integrált rendszere tartalmazza az MSZ 28001:2008 (BS OHSAS 18001:2007) szerinti munkahelyi egészségvédelmi és biztonságirányítási rendszert is. A T-Systems rendelkezik tanúsított ISO 50001 energiamenedzsment-rendszerrel és ISO 20000-1 informatikai szolgáltatásirányítási rendszerrel is.

A Magyar Telekom stratégiai céljainak eléréséhez elengedhetetlen az eredményes működés, a szolgáltatások folytonosságának fenntartása, a munkatársak egészségének megóvása, a vállalat fizikai és szellemi vagyonának védelme minden reálisan elképzelhető, a vállalat felelősségi körén belül vagy kívül eső okból bekövetkező esemény által előidézett rendkívüli helyzetben (pl. rendkívüli időjárás, árvíz). Az ISO 22301 szabvány szerinti üzletmenet-folytonossági irányítási rendszer tanúsítását 2014-ben Magyarországon elsőként sikerült megszerezni. A Magyar Telekom Nyrt. évek óta tudatosan foglalkozik az energiafelhasználás optimalizálásával, amit 2016-ban azzal kíván megerősíteni, hogy bevezeti és tanúsíttatja a céget az ISO 50001 energiairányítási rendszerre.

A Magyar Telekom Csoport további minőségi garanciáiról részletes információk megtalálhatók a http://www.telekom.hu/rolunk/vallalatrol/iranyelveink/minoseg_garancia oldalon.

A MAGYAR TELEKOM CSOPORT ISO14001 SZERINT TANÚSÍTOTT TAGVÁLLALATAI

Tagvállalat/szervezet	Tanúsítvány érvényes
Magyar Telekom Nyrt.	2017. december 8.
T-Systems Magyarország Zrt.	2016. június 25.
Makedonski Telekom	2017. március 29.
DT HSE tanúsítás	2016. december 9.

(http://www.telekom.hu/static-tr/sw/file/ISO_14001_2004_Nyrt_E.pdf)