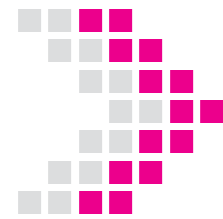
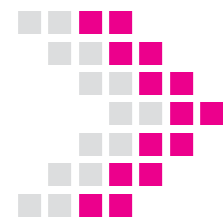


MEGKÖZELÍTÉSÜNK



JÖVŐKÉP

Elsők vagyunk és elsők is maradunk.



KÜLDETÉS

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

VÁLLALATI STRATÉGIA

Összpontosított stratégiai erőfeszítéseinknek köszönhetően 2014-ben a Magyar Telekom megtartotta vezető pozícióját a magyarországi vezetékes, mobil, internet és ICT üzleti területeken, javult az ügyfélmegtartási képességünk, és jelentős mennyiségi növekedést értünk el. Fokozatosan bővítettük továbbá hálózati és ügyfél-kiszolgálási képességeinket, proaktívan kiaknázva különböző partnerkapcsolati modelleket is.

Folytatjuk átalakulásunkat egy diverzifikált szolgáltató vállalat irányába stratégiai fókuszaink mentén; célunk az alaptervekenység megújítása, fokozása és kiterjesztése, amely a bevételnövekedéssel párhuzamosan egy agilisabb szervezet kialakítását segíti elő. Középtávú stratégiai célunk, hogy hatékonyabb és agilissá szervezzük vállalatunkat, termék- és szolgáltatásportfólióinkat egyszerűsítsük, fokozzuk folyamataink automatizálását és nagyobb arányú online ügyfélszolgálatot érjünk el. Integrált szolgáltatóként továbbra is különleges ügyfélmegítést nyújtunk 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 a fogyasztók és a partnerek számára egyaránt. Az alaptervekenységeken kívüli területek, mint például az energia, az e-egészségügy, a pénzügyi és biztosítási szolgáltatások az ügyfelek megtartását szolgálják és új bevételi forrásokat jelentenek.

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

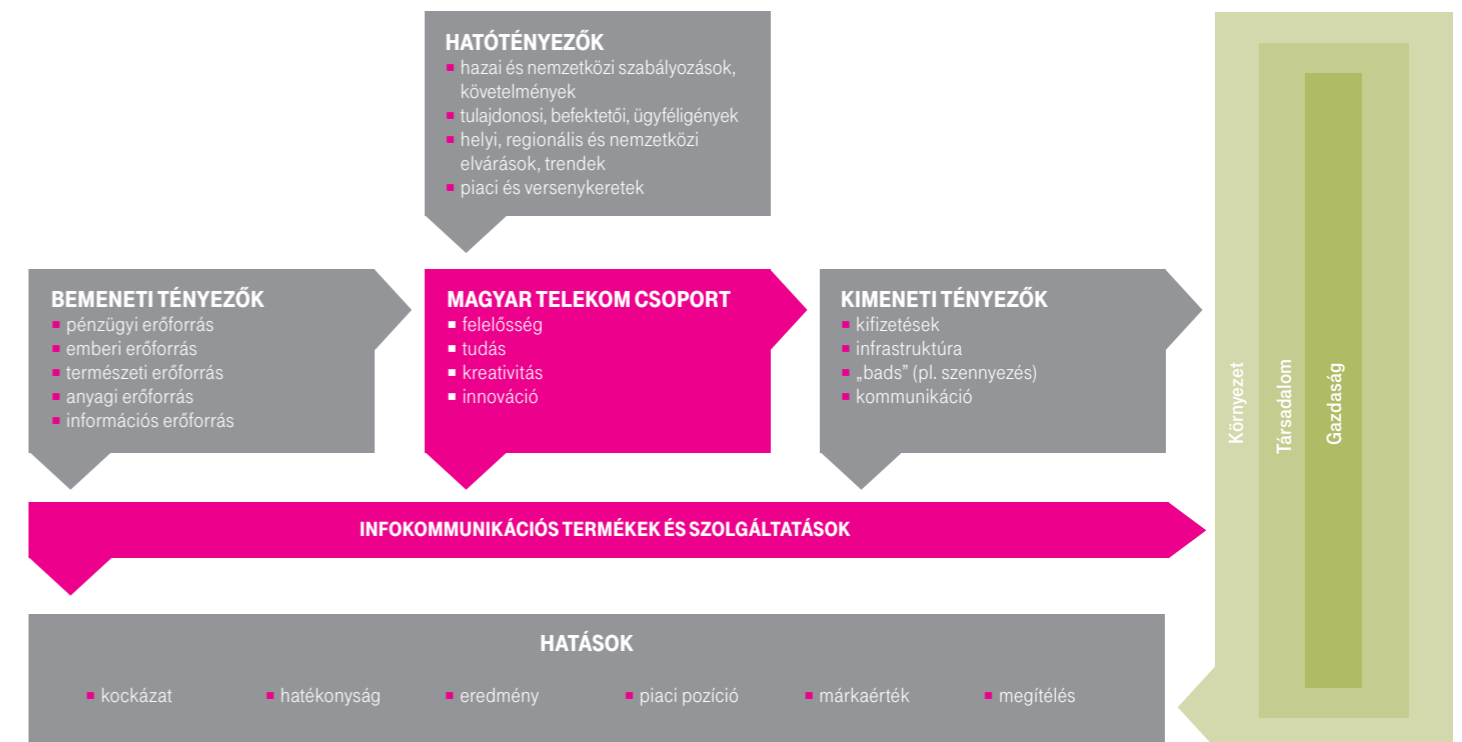
FENNTARTHATÓSÁGI MEGKÖZELÍTÉSÜNK

FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIA

Felismerve a fenntartható fejlődés fontosságát – valamint a tényt, hogy 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.

A FENNTARTHATÓSÁG SZERKEZETI MEGKÖZELÉSE



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

Fenntarthatósági értékek

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

Gazdasági dimenzió

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

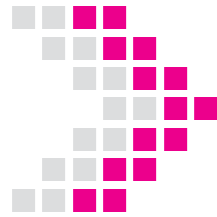
Társadalmi dimenzió

- 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, egy szervezeti egység feladatául. Az egyes feladatok a vállalatcsoport legkülönbözőbb területeihez tartoznak, és gyakran egymástól távoli egységek együttműködését igénylik. A fenntartható fejlődés nem egyszemélyes kihívás; mindenkit személyesen érint.



Fenntarthatósági stratégiánk fő célkitűzése, hogy a fenntarthatóság váljon a Magyar Telekom identitásának részévé, ezzel is versenyelőnyt biztosítva a vállalat számára hosszú távon.

Fenntarthatósági stratégia 2011–2015

Fő célkitűzés: A fenntarthatóság váljon a Magyar Telekom identitásának részévé, ezzel is versenyelőnyt biztosítva a vállalat számára hosszú távon.

Vízió: A Magyar Telekom mint élenjáró közép-európai infokommunikációs szolgáltató képessé teszi partnereit is a fenntartható fejlődésben való tudatos részvételre, amit a hello holnap! kezdeményezés keretében valósít meg. A társaság mindennapjaiban elkötelezetten, proaktívan és mindenki számára átlátható módon tesz azért, hogy a fenntarthatóság identitásának részévé váljon, és ebből versenyelőnyt is kovácsoljon. Jövőbe mutató

gondolkodásával, innovatív és fenntartható termékeivel és szolgáltatásaival, valamint felelős magatartásával hozzájárul a megújuló társadalom és környezet megteremtéséhez.

Megközelítés: Az új stratégia egyes témaköreinek fontossági sorrendjét az előző stratégia három évének teljesítése, a Dow Jones fenntarthatósági értékelése, valamint a trendek vizsgálata alapján állapítottuk meg. Az 2011–2015-ös stratégia célja, hogy az érdekelt felek felé erőteljesebben közvetítsük a fenntarthatóság iránti elkötelezettségünket. Ez nem érhető el ambiciózus célok nélkül, a legjobb gyakorlatok követése, valamint erőteljes, jól célzott kommunikáció nélkül.

FENNTARTHATÓSÁGI TÉMAKÖRÖK, KPI-K, FELADATOK, KULCSSTERÜLETEK



A 2015-ben lejáró Fenntarthatósági stratégia eredményeit figyelembe véve 2015-ben elkezdjük az új stratégia kidolgozását. A nemzetközi trendeket, főbb EU-s irányelveket, stakeholder-visszajelzéseket és a Magyar Telekom-stratégiát figyelembe véve alapvetően a már élő stratégia irányait folytatjuk.

Ennek a főbb területei:

- Klímastratégia: ambiciózus kibocsátás-csökkentési és energiahatékonysági célok kitűzése
- Egyszerűsített fenntartható tulajdonságú termékportfólió, új generációs fenntartható termékek
- Vállalati sokszínűség
- Ügyfél-elkötelezettség, közösségek építése
- Digitális felzárkóztatás
- Fenntartható beszállítóiláncmenedzsment-folyamat működtetése

A MAGYAR TELEKOM CSOPORT 2011–2015-ÖS FENNTARTHATÓSÁGI STRATÉGIÁJÁNAK KIEMELT PRIORITÁSÚ FELADATAI

Kiemelt prioritású KPI-k 2015 végéig

Márkamenedzsment – fókusz: a fenntarthatóság fogalmának bevezetése, kisajátítása, kategóriaépítés

- A fenntarthatóság fogalmának ismertsége
KPI: lakosság: 20%, munkatársak: 80%
- A Magyar Telekom fenntarthatósági megítélése
KPI: a legfenntarthatóbb vállalatként említse a Magyar Telekomot a lakosság 10%-a, a munkatársak 60%-a

Innovációmenedzsment – fókusz: társadalmi és környezeti célú innovációk

- Társadalmi és környezeti célú innovációk
KPI: K+F értékének 10%-a

Klímastratégia – fókusz: hírnév megszerzése, ehhez az EU-elvárás teljesítése, hitelesség és infokommunikációs alkalmazások

- CO₂-kibocsátás csökkentése
KPI: 2004-es bázisúval: 25%
- Alábontva, a 2010-es évhez viszonyítottan az ökohatékonysági célokkal közösen:
 - Elektromosenergia-fogyasztás: –5%
 - Energiahatékonysági mutató: 48 Gbit/kWh
 - Zöld energia: 46 GWh
 - Gázfogyasztás: –5%
 - Fűtési energia: –5%
 - Papírfelhasználás: –30%
 - Flotta üzemanyag-felhasználása: –5%
 - A személyi használatú gépjárművek között a hibrid, elektromos autók aránya: 6%

Szállítói sztenderdek – fókusz: fenntartható szállítói lánc

- KPI: fenntartható szállítói lánc folyamatának kialakítása

Telekommunikációs szolgáltatások hatása – fókusz: fenntartható versenyelőny

- A fenntarthatóság felé mutató szolgáltatások árbevételének növelése
KPI: az éves árbevétel 20%-a
- Fenntartható termékek
KPI: részarányuk a portfólióban: 25%

A kiemelt prioritású feladatok státusza 2014 végén

Márkamenedzsment:

- A fenntarthatóság fogalmának ismerete a 2014-es kutatások alapján lakossági körben 23,07%-os, munkatársi körben 71,7%-os volt.
- A Magyar Telekom fenntarthatósági ismertsége: lakossági körben 9,5%, munkatársi körben 73,8%.

Innovációmenedzsment:

- Társadalmi és környezeti innovációk tekintetében 2014-ben egy projekt futott (Health Care Mobile), amit sikeresen lezártunk.
- A T-City és e-health projektek továbbra is fontos részét jelentik e területnek.

Klímastratégia:

- 2014-ben a CO₂-kibocsátásunk 86 528 tonna volt, ami a 2004-es bázisúhoz viszonyítva (139 691 tonna) 36,1%-os csökkentést jelent.
- A Magyar Telekom 2014-ben a teljes energiafelhasználás részeként 34 GWh megújuló energiát vásárolt. A fenntarthatósági stratégiában 2015 végéig a cél 46 GWh zöld energia felhasználása.
- 2014-ben újból karbonsemlegesítést hajtottunk végre, a bónusz-má-lusz rendszerből származó bevételeinkből 2850 tonna CO₂-kibocsátást semlegesítettünk. A T-Systems 2014-ben teljes kibocsátását (14 285 tonna CO₂) semlegesítette.
- Emellett tovább folytattuk az iszkahegyi pilotprojektet, az adótoronyra szerelt vertikális szélkerékkel és napkövető napcellarendszerrel.
- A személyi használatú gépjárművek között a hibrid és elektromos autók aránya 6,8% volt.

Szállítói sztenderdek:

- A fenntartható beszállítóilánc-menedzsment folyamatát kidolgoztuk és az utasítási szintre került. 2015-ben megkezdjük a folyamat pilotját.

Telekommunikációs szolgáltatások hatásai:

- A fenntarthatóság felé mutató termékekből és szolgáltatásokból 2014-ben a Magyar Telekom magyarországi árbevételének 19,4%-a származott. (Tavaly ugyanez az arány 15,9% volt.)
- A termékek részaránya folyamatosan változik a szolgáltatás-egyszerűsítési projektnek köszönhetően, így 2014-től inkább az ezekből származó bevételek arányának növelésére koncentrálnunk.



A Crnogorski Telekom az ország egyik vezető és egyben úttörő vállalata a fenntartható fejlődés és a társadalmi felelősségvállalás terén. Mind a vállalati kommunikáció, mind a HR felelősséget vállalt a fenntarthatósági és a CR kezdeményezések stratégiájának kidolgozásában és bevezetésében.

A Crnogorski Telekom hisz a fenntartható fejlődés strukturált megközelítésének fontosságában. A 2014. évi fenntarthatósági célkitűzések meghatározása és elfogadása az alábbi 3 központi gondolat mentén történt: CO₂-kibocsátás csökkentése, önkéntesség és szelektív hulladékgyűjtés

A munkavállalók fenntarthatósággal kapcsolatos tudatosságának növelése és motiválásuk érdekében évente kétszer biztosítjuk az alábbi tájékoztatást az intraneten:

- Átfogó stratégia, mely tartalmazza a 2014. évi akciótervet.
- Folyamatban levő tevékenységek.
- A megelőző időszakban elért eredmények a 3 stratégiai fókuszponttal kapcsolatban.

CO₂-kibocsátás csökkentése

2014-ben nagyon sok eredményt értünk el az energiamegtakarítás terén, pl. csökkentettük a műszaki terület CO₂-kibocsátását. Az energiamegtakarítási intézkedéseket folyamatosan korrigáljuk és fejlesztjük a vonatkozó tevékenységek további javítása érdekében. A Crnogorski Telekom a CO₂-kibocsátás 23%-kal történő csökkentését tűzte ki célul 2020-ig.

Önkéntesség

2014-ben a Crnogorski Telekom támogatta a munkavállalók bevonását az alábbi vállalati CSR tevékenységekbe:

- Véralás: a társaság a Véralás Központtal együttműködésben már három éve szervez önkéntes véralást. A 3 év alatt megközelítőleg 100 munkavállalónk regisztrált önkéntes véradóként. Ennek elismeréseként a Crnogorski Telekom 2014-ben a Kiváló Önkéntes Véradó díjban részesült.
- Megszerveztük a feleslegessé vált

gyerekruhák gyűjtését, és egyéb akciókkal is támogattuk a rászorulókat.

- A 2014-es „Írányelvek Nap”-ot az eddigi legmagasabb részvételi aránnyal rendeztük. A Food Fair vásáron több mint 600 munkavállaló vett részt, akik 8 helyszínen állították ki portékáikat.
- A „Za svako dobro” kezdeményezés célja a társadalmi jólét előmozdítására, ezen belül a fogyatékosokkal élők és a perifériákra szorult emberek megsegítése. A Crnogorski Telekom pályázati felhívására 70 pályamű érkezett a témában. A Crnogorski Telekom 5 szociális szempontból előremutató pályázat pénzügyi támogatását biztosítja.

Szelektív hulladékgyűjtés

A nemzetközi referenciák és gyakorlatok kommunikációjával 2014-ben is sok erőfeszítést tettünk eredményeink további javítása és a szelektív hulladékgyűjtéssel kapcsolatos szokások megváltoztatása érdekében.

FENNTARTHATÓSÁGI KOORDINÁCIÓ

A fenntarthatósági tevékenység csoportszintű irányítása 2014-ben a következő ábrán látható formában valósult meg. A csoportszintű koordináció továbbra is a Csoport Fenntarthatósági Koordinációs Tanácsban (CSFKT) valósul meg. A CSFKT működtetésében a stratégiaalkotás és stratégiairányítás külön szerepelnek, így működési módjában a fenntarthatósági tevékenység két szinten valósul meg:

1. Stratégiaalkotás és -irányítás

A CSFKT keretein belül történik a stratégiai elképzelések kialakítása és a stratégia megvalósításának irányítása, a kommunikáció előkészítése és a kapcsolattartás különféle hazai és nemzetközi szervezetekkel.

2. Operatív végrehajtási szint

Az irányítási területek és üzletágak szervezeteiben történik az operatív tevékenység, a feladatok végzése, az adatszolgáltatás stb.

A CSFKT működését csoportszintű utasítás szabályozza: A Magyar Telekom Csoport fenntarthatósági működésének szabályozásáról, a résztvevők felelősségi és hatásköréről.

A CSOPORT FENNTARTHATÓSÁGI KOORDINÁCIÓS TANÁCS MŰKÖDÉSE

Hatáskör	Felelős
a tevékenység fő irányvonalának meghatározása, a fontosabb témakörökben döntések meghozatala	Ügyvezető Bizottság (ÜB)
a tevékenység feltételrendszerének biztosítása, a tevékenység felügyeletének ellátása	felelős felső vezető – a Humán erőforrás vezérigazgató-helyettes, az ÜB tagja (CHRO)
a működéshez szükséges döntések, határozatok meghozatala, a feladatok végzéséhez koordinációs fórum biztosítása	Csoport Fenntarthatósági Koordinációs Tanács (CSFKT)
szakmai irányítás, menedzselés; feladatok csoportszintű harmonizált megvalósítása; hazai és nemzetközi szakmai tevékenységekben való részvétel	CSFKT-vezető – a HR-VFK vezetője
irányítási területre/szervezetre/tagvállalatra háruló feladatok végrehajtása, tájékoztatás, üléseken való részvétel, adatok szolgáltatása, operatív feladatok rájuk háruló részének megvalósítása	CSFKT-tagok
A Magyar Telekom Csoport felső vezetése teljes körű felelősséggel ruházta fel a HR vezérigazgató-helyettest az általuk korábban elfogadott Fenntarthatósági stratégia	végrehajtására. A valós végrehajtási feladatokat ellátásáért a vállalati Fenntarthatósági Központ felelős.



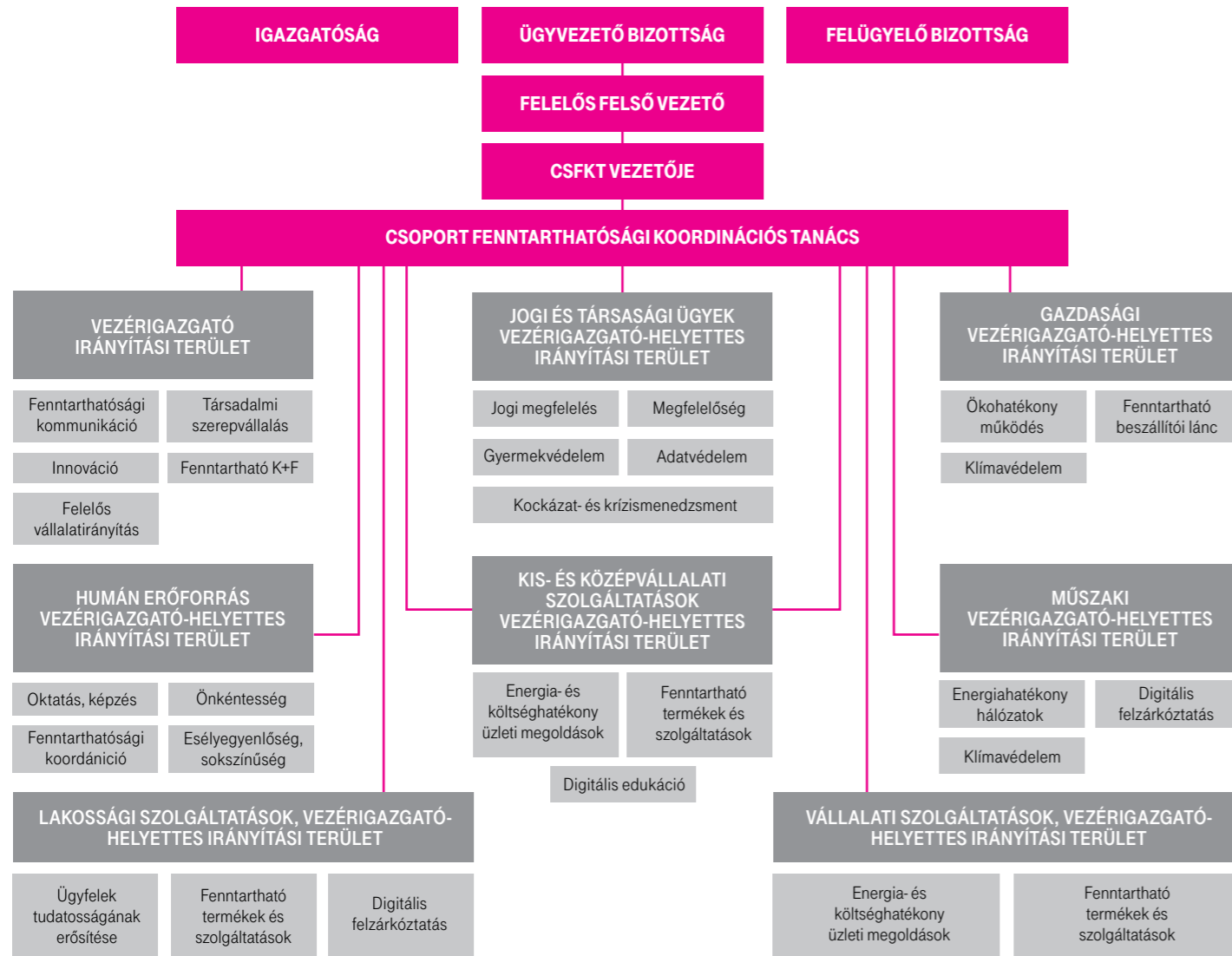
A Magyar Telekom Csoport legfelső vezetése, az Ügyvezető Bizottság legalább évente egyszer tájékoztatást kap a Csoport Fenntarthatósági stratégia feladatainak teljesüléséről, illetve az éppen aktuális egyéb, jelentősebb fenntarthatósági tevékenységekről, eredményekről, felmerülő kockázatokról és lehetőségekről.

Az évenkénti beszámolóban az ÜB-nak lehetősége van a legújabb fenntarthatósági trendek megismerésére, illetve az érdekelt felektől való jelzések megválaszolására, a beszámoló alapján dönthet a stratégia módosításáról. Az ÜB közvetlenül (pl. közgyűlés) vagy a CSFKT-n keresztül tartja a kapcsolatot az érdekelt felekkel. A beérkező megkeresések az egyes területekhez érkeznek, a fenntarthatósággal kapcsolatos kritikus megkereséseket a CSFKT-tagok továbbítják az illetékesekhez. Csoportutasítás szerint a stratégiai feladatok az egyes vezérigazgató-helyettesekhez vannak rendelve. A nekik kifizethető prémium mértéke 50%-ban kollektív célok teljesítésétől függ.

A fenti tevékenységek eredményein alapul a kommunikáció, melynek egyik fontos eleme az évente rendszeresen kibocsátott Fenntarthatósági jelentés, amelyet a fenntarthatóságért felelős Humán erőforrás vezérigazgató-helyettes felügyel, a szakmai irányítást a Vállalati fenntarthatósági központ végzi.

2014-ben az Üzletfejlesztési vezérigazgató-helyettes irányítási terület megszűnt, szerepét a Non-core üzlet terület igazgatóság vette át.

A MAGYAR TELEKOM IRÁNYÍTÁSA A FENNTARTHATÓSÁG SZEMPONTJÁBÓL 2014-BEN



A fenntarthatósági tevékenységek egymásra épülése

A Magyar Telekom Csoport fenntarthatósági tevékenységeinek hierarchiája nem, csak a Csoport felépítése változott a korábbiakhoz képest, ami az éves fenntarthatósági jelentésekből követhető nyomon. A Csoport különféle politikáival összhangban, a hazai és nemzetközi trendek (klímavédelem, elektromágneses terek, felelős tartalomszolgáltatás stb.) és az érdekelt felek elvárásainak (kerekasztal-beszélgetésen, különböző fenntarthatósági témájú fórumokon elhangzott javaslatok, e-mailen érkezett észrevételek, lakossági felmérések stb.) figyelembevételével kerül meghatározásra a fenntarthatósági stratégia, abból pedig – rendszeresen aktualizálva – a célok és a feladatok.

A Csoport Fenntarthatósági Koordinációs Tanács negyedévente ülésezik, a Tanács felelőssége kiterjed:

- megtárgyalja, véleményezi és jóváhagyja az ÜB elé kerülő fenntarthatósággal kapcsolatos előterjesztéseket
- figyelemmel kíséri a stratégia teljesülését
- felügyeli a stratégia fókuszterületeit
- véleményezi a fenntarthatósággal kapcsolatos tevékenységeket

A CSFKT-ülésekre alapozva évente beszélünk a fenntarthatósági stratégia állásáról és fenntarthatósági aktivitásainkról. Az összes tevékenység ellenőrzését az Ügyvezető Bizottság látja el a részére rendszeresen adott beszámolók alapján. A CSFKT felelőssége megoldani minden fenntarthatóságot érintő incidenst, és felelős a kockázatot csökkentő intézkedésekért.

Az üzletmenetet befolyásoló kockázatok kezelésére alakítottuk ki a fenntartható beszállító-láncmenedzsment-folyamatot amely lefedi a beszállítókkal kapcsolatos fenntarthatósági (beleértve környezetvédelmi) aktivitásainkat is.

A FENNTARTHATÓSÁGI TEVÉKENYSÉGEK EGYMÁSRA ÉPÜLÉSE



Az összes tevékenység ellenőrzését az Ügyvezető Bizottság látja el a részére rendszeresen adott beszámolók alapján. Az üzletmenetet befolyásoló kockázatok kezelésére alakítottuk ki a fenntartható beszállító-láncmenedzsment-folyamatot. A felmerülő incidensek kezelését a CSFKT által létrehozott munkacsoport végzi, és alakítja ki a felmerülő kockázatok csökkentésre vonatkozó intézkedéseket.

A fenntarthatósági tevékenységek szabályozása, Csoport fenntarthatósági folyamat, környezetvédelmi koordináció

A Fenntarthatósági menedzsmentfolyamat a Magyar Telekom Csoport teljes fenntarthatósági (beleértve a környezetvédelmet is) tevékenységét feleli.

CSOPORT FENNTARTHATÓSÁGI FOLYAMATOK, KÖRNYEZETVÉDELMI KOORDINÁCIÓ

- követelmények
- elvárások
- trendek
- legjobb gyakorlatok

- érdekelt felek

1. Fenntarthatósági folyamat működtetési kerete

- 1.1 Szabályozások
- 1.2 Irányvonal, stratégia meghatározása
- 1.3 Munkacsoportok/szakértői teamek

2. Folyamat irányítása

- 2.1 Csoportpolitikák kidolgozása
- 2.2 Csoport fenntarthatósági célrendszer készítése

3. Feladatok megvalósítása

- 3.1 Fenntarthatósági fejlesztési feladatok

4. Kommunikáció

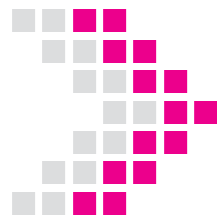
- 4.1 Fenntarthatósági kommunikációs roadmap készítése, kommunikáció
- 4.2 Fenntarthatósági jelentés készítése
- 4.3 Fenntartható termékekkel/szolgáltatásokkal és készülékekkel kapcsolatos tevékenység

- 1.4 Ellenőrzés, visszacsatolás

ÉRDEKELT FELEINK

A Magyar Telekom Csoport érdekelt feleinek (stakeholdereinek) körébe azok a csoportok tartoznak, amelyek hatással vannak a vállalat céljainak megvalósítására, vagy érdekeltek abban. A vállalat irányítási rendszereinek és benchmarkvizsgálatainak áttekintésével korábban már azonosította az érdekeltek körét, és állandó kapcsolatot tart velük, hogy

érdekeiket működése során figyelembe vegye. Fontos számunkra a véleményük, illetve kritikai észrevételük fenntarthatósági tevékenységünkkel kapcsolatban. Számos fórumon, felméréssel és személyes találkozó alkalmával volt módunk találkozni velük, és bemutatni fenntarthatósági aktivitásainkat és megvitatni az előttünk álló feladatokat.



Legfontosabbnak tekintett érdekelt feleink a befektetők, az ügyfelek, az alkalmazottak, a szabályozók, a közösségek, a civilek, a beszállítók és a partnerek, a média, valamint a jövő generációi.

A MAGYAR TELEKOM ÉRDEKELT FELEI



2014-ben már tizenötödik alkalommal rendeztük meg a Fenntarthatósági kerekasztal-beszélgetést, amelynek célja nyílt párbeszéd folytatása annak érdekében, hogy megismerjük a Magyar Telekom Csoport felé irányuló elvárásokat, megvitassuk a felmerülő problémákat, valamint megfelelő háttérrel biztossunk az együttgondolkodásra és egy fenntartható jövő építésében való együttműködésre, valamint bemutassuk a fenntarthatósági eredményeinket és céljainkat. A XV. Kerekasztal-beszélgetést 2014. szeptember 3-án rendeztük meg, melyen több témát – fogyatékosággal élők foglalkoztatása, fenntartható termékek, a fenntarthatóság beépülése a Magyar Telekom identitásába, Fenntarthatósági Média Klub működése – is érintettek a résztvevők.

Az érdekelt felekkel folytatott párbeszéd során felmerült fontosabb témákat a korábbi Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetések emlékeztetői ismertetik:

http://www.telekom.hu/rolunk/fenntarthatosag/esemenyek/2014/kerekasztal_beszelgetes

A Fenntarthatósági jelentés kapcsán, amellyel az eddig használt megkérdezésekre, kutatásokra hivatkozunk, megkértük a stakeholdereket arra, hogy egy űrlap kitöltésével nyilatkozzanak két kérdésben. Egyfelől szeretnénk volna megtudni, hogy mennyire tartják fontosnak, hogy a Magyar Telekom foglalkozzon a Fenntarthatósági jelentés egyes témaköreivel, valamint hogy mennyire érdekesek és hasznosak a stakeholderek számára a Fenntarthatósági jelentésben

leközölt információk. A beérkezett válaszok alapján elmondhatjuk, hogy a kutatásban részt vett stakeholderek számára – egy 1–5 skálán – a legfontosabbnak tartott területek a klímavédelem, az energiafelhasználás, a biológiai sokféleség, a kibocsátások, valamint a gyermekek védelme. A legérdekesebb és leghasznosabb témák közé a válaszadók szintén a klímavédelmet és az energiafelhasználást sorolták. Figyelembe véve, hogy a Fenntarthatósági jelentés elsősorban a befektetőket célozza meg, de megfelelően a Fenntarthatósági jelentés kapcsán végzett megkérdezés eredményeinek, a klímavédelmi és energiafelhasználási területeket kiemelten kezeljük jelentésünkben.

Érdekelt feleink bevonása

A vállalat sikeres működéséhez elengedhetetlen, hogy erős kapcsolatokat alakítson ki érdekelt feleivel. Néhány, az érdekelt felekkel kapcsolatos fontosabb tevékenységünk, amelyekről részletes információ is található a jelentés kapcsolódó fejezeteiben:

Befektetők

Befektetői (és felelős befektetői) értékelések

Ügyfelek

Fenntartható termékek és szolgáltatások

Alkalmazottak

hello holnap! pontok és klub

Szabályozók

Jogszabályi megfelelés, szabályozói kapcsolatok

Helyi közösségek

Digitális Híd, önkéntesség

Civil szervezetek

Fenntarthatósági kerekasztal-beszélgetés

Beszállítók

Fenntartható beszállítói lánc

Média

Fenntarthatósági Média Klub

Jövő generációi

Mobilisuli, fenntartható innovációk, hello holnap! mobilapp



Érdekelt feleink bevonásának gyakorisága és kiemelt eseményei 2014-ben

Befektetők

A 2014-es év során négy alkalommal ismertette a gazdasági vezérigazgató-helyettes az adott negyedév eredményeit a befektetők képviselőinek és gazdasági szakújságíróknak. (2014. február 27.: 2013 negyedik negyedévi eredmények közzététele; 2014. május 8.: 2014 első negyedéves eredmények közzététele; 2014. augusztus 7.: 2014 első féléves eredmények közzététele; 2014. november 6.: 2014 harmadik negyedéves eredmények közzététele).

2014. április 11-én zajlott le a Magyar Telekom Távközlési Nyilvánosan Működő Részvénytársaság Igazgatósága által összehívott Társaság Éves Rendes Közgyűlése, melyen 11 napirendi pontot tárgyaltak a felek.

A 2014-es év során hat befektetői konferencián és roadshow-n vettünk részt szerte a világban. (2014. március 19–20.: Citi European and Emerging Markets Telecoms

Conference, London; 2014. március 31–április 1.: UBS Roadshow, Párizs; 2014. április 9.: Concorde konferencia, Budapest; 2014. szeptember 10.: HSBC EEMEA Investor Forum, London; 2014. szeptember 10.: Roadshow (elemzői vacsora), London; 2014. október 8–9.: Erste Conference, Stegersbach; 2014. október 16–17.: USA Roadshow). A Magyar Telekom felső vezetése és a Befektetői kapcsolatok osztály munkatársai évente nagyságrendileg 20–25 napot töltenek különböző roadshow-kon és konferenciákon a pénzügyi világ főbb központjaiban, ahol az alapkezelők és elemzők jelentős többsége tevékenykedik. Éves szinten körülbelül 150–200 közötti befektetői és elemzői találkozóra kerül sor.

A Magyar Telekom a honlapján is nagy hangsúlyt helyez az érdeklődők információigényének kielégítésére. A „Befektetőknek” menüpont alatt az érdeklődők naprakész információkat találnak a társaság stratégi-

ájáról, pénzügyi helyzetéről (negyedéves pénzügyi jelentések), a közgyűlésekről, osztalékfizetéséről, emellett nyomon követhetik a Magyar Telekom-részvények aktuális árfolyamát, és megtalálják minden információt ahhoz is, hogy felvehessék a kapcsolatot a társasággal. A Befektetői kapcsolatok terület e-mail címe és telefonszáma a honlapon elérhető, az e-mail címre érkező kérdésekre a terület munkatársai rövid idő alatt válaszolnak.

A befektetők igényeit a társaság emellett éves rendszerességgel, kérdőív módszerrel is felméri. Az úgynevezett perception study elkészítésével egy erre szakosodott, független céget bízunk meg, amely egy részletesen kidolgozott kérdéslista segítségével, reprezentatív mintavétel alapján méri fel a befektetők véleményét, igényeit és elvárásait. A tanulmány eredményeiről a Befektetői kapcsolatok terület készít összefoglaló prezentációt, melyet az Ügyvezető Bizottság ülésén ismertetnek.



Ügyfelek

Harmadik alkalommal került megrendezésre 2014 novemberében a T-Systems Magyarország Symposiuma a Budapesti Kongresszusi Központban, ahol közel 1800, rekordszámú regisztrált vendéget fogadtak. Az iparág legnagyobb, egész napos szakmai rendezvényeként a Symposium 2014-ben is arra vállalkozott, hogy teljes képet adjon a vállalatok jelenét és jövőjét érintő, elsősorban infokommunikációs gyökerű kihívásokról.

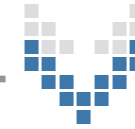
2014 január-februárjában 202 kis- és középvállalat megkérdezésével végzett a Magyar Telekom reprezentatív felmérést.

A telefonos interjúk olyan személyekkel készültek, akik döntéshozók az informatikai eszközök és szolgáltatások beszerzésével, üzemeltetésével kapcsolatban a legalább 3 számítástechnikai eszközzel (számítógép vagy laptop) rendelkező, 10–50 fős hazai kis- és középvállalkozásoknál.

Évente négy alkalommal, Omnibusz kutatás keretében kérdezzük meg Magyar Telekom-os és nem Magyar Telekom-os ügyfeleket fogyasztási szokásaikról, legyen szó az alapprofilhoz tartozó szolgáltatásról, mint tévé, internet, telefon, vagy egyéb szolgáltatásról: energiáról, biztosításról.

Az Omnibusz felmérésekben évente kétszer szerepelnek a fenntarthatósági témakörhöz kapcsolódó kérdések. A megkérdezettek száma 1430 fő.

A Magyar Telekom évente több alkalommal végez TRI*M-felmérést, amely egy vevőmegtartást mérő és stakeholdermenedzsment rendszer. Lakossági ügyfelek körében összesen 14 400 fő bevonásával, évente négy alkalommal, üzleti ügyfelek körében félévente összesen 4200 interjú készítésével méri fel a vállalat az ügyfelek elégedettségét.



Szabályozók

A Magyar Telekom rendszeresen egyeztet minisztériumokkal (különösen: Belügy-minisztérium, Igazságügyi minisztérium, Miniszterelnökség, Nemzetgazdasági Minisztérium, Nemzeti Fejlesztési Minisztérium), valamint hatóságokkal (különösen: Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság, Magyar Energetikai és Közmű-szabályozási Hivatal):

– jogalkotó által társadalmi egyeztetésre bocsátott rendelettervezetekhez küldött véleményekről;

– ezekkel kapcsolatos, jogalkotó által kezdeményezett további egyeztetésekről;

– jogértelmezési kérdésekben a jogalkotói állásfoglalás kéréséről a jogalkotói szándéknak való maradéktalan megfelelés céljából;

– gyakorlati jogalkalmazási kérdésekről a hatósági álláspontra vonatkozó egyeztetések szintén a jogalkotói szándéknak való maradéktalan megfelelés céljából.

Fentiek mellett a piaci szereplőkkel, versenytársakkal történő kapcsolattartás is jelen van a Magyar Telekomnál. Az egyeztetés

érdekegyeztetési fórumokon (különösen: Hírközlési Érdekegyeztető Tanács, IVSZ – Szövetség a Digitális gazdaságért) történik, melynek keretében a vállalatok kiemelt célja a rendeletalkotással kapcsolatos közös jogi vélemény kialakítása.

A Magyar Telekom szabályozási területe félévente tartja meg Regulatory Forum nevű rendezvényét, melynek keretében a szabályozást érintő fontosabb változásokról és folyamatokról tájékoztatják az érintett területeket a vállalaton belül.



Alkalmazottak

Csoportszinten 8891 munkatárs kapta meg a Deutsche Telekom Pulzus felmérését, amely a DT Csoport minden országában lebonyolított gyorsfelmérés. A 2014-es felmérés fókuszában az állt, mitől élenjáró telekommunikációs vállalat a Magyar Telekom, és mi az, amiben még munkáltatóként fejlődni kell. Emellett arra is kereste a felmérés a választ, hogyan látták a munkatársak a vállalat működését, a stratégiát és az együttműködést.

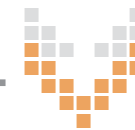
Csoportszinten 2798 munkatárs vett részt a vállalat év eleji Évindító rendezvényén. Az Évindítón a csoport vezérigazgatója

ismertette a 2013-as eredményeket és megosztotta a munkatársakkal a 2014-es évre vonatkozó célokat, elvárásokat.

A sport fontosságát és az egészséges életmódot népszerűsítő Mozdulj, Telekom! rendezvénysorozaton több mint 1000 kolléga vett részt. A rendezvénysorozat részeként életmód-versenyeket hirdettek, futónagyköveteket indítottak, a népszerű fitnessbajnok, Katus Attila több telephelyre ellátogatott és együtt edzett a munkatársakkal.

3500 munkatárs vett részt az öt héten át tartó, 8 városba ellátogató stratégia roadshow-n. A roadshow-n a Magyar Telekom Csoport felső vezetői ismertették a Deutsche Telekom európai szintű stratégiáját és annak magyarországi vetületeit.

303 munkatárs vett részt a decemberi Adni jó! Sütiakcióban. A munkatársak legnagyobb része adományt fizetett a vásárolt sütikért cserébe, egy részük süített, egy másik részük pedig önkéntesként árulta az édességeket.



Helyi közösségek

A Magyar Telekom regionális roadshow-k keretében mutatja be új termékeit, szolgáltatásait az ország számos pontján. 2014-ben több száz rendezvény keretében találkoztak a vállalat új termékeivel az észak-magyarországi, az észak-alföldi, a dél-alföldi, a közép-magyarországi, a dél-dunántúli és az észak-dunántúli régiók lakosai.

Szolnokon 2009 májusa óta zajlik a T-City projekt. A város megközelítőleg 78 000 lakója élvezheti a T-City-s fejlesztések által kínált lehetőségeket, tapasztalhatja meg a legkorszerűbb infokommunikációs technológiák életminőség-javító hatását és ismerkedhet meg a Magyar Telekom közösségi szolgáltatásaival.

A digitális megosztottság leküzdésére hozta létre a Magyar Telekom 2004-ben Digitális Híd Kistelepüléseken programját, melynek célja, hogy minél többeknek bemutassuk az információs és kommunikációs technológia eredményeit és lehetőségeit azokon a területeken, ahol a digitális különbség jelen van. A program fő fókuszpontjai a kistelepülések, ahol az információs és kommunikációs felzárkózás elősegítheti a helyi és regionális fejlődést. Az oktatást a Magyar Telekom önkéntesei végzik. 2014 során 18 Digitális Híd rendezvényt szerveztek a munkatársak.

A Magyar Telekom elsőként nyújt komplex szolgáltatást Magyarországon a fogyatékosokkal élőknek. A hello holnap! díjcsomagok igénybevételéhez csupán az

érintett érdekvédelmi szervezetek (MEOSZ, SINOSZ, MGVYOSZ, ÉFOÉSZ) tagsági kártyájával kell rendelkezni. A versenyképes árakkal, saját díjcsomagjainknál is kedvezőbb tarifával nyújtott szolgáltatások havi díjas és feltöltőkártyás konstrukcióban választhatók. Az érintett érdekvédelmi szervezetekkel közösen kialakított csomag 2013. november 1. óta elérhető. A hello holnap! díjcsomagot hozzávetőleg 3000 ügyfél használja.

A T-Systems Magyarország biztosította a rendszerintegrációt, az adatkommunikációt és egyes szoftvereket az első budapesti közösségi kerékpárrendszer kialakításához. 91 gyűjtőállomáson összesen 1150 kerékpár érhető el. Az indulás óta közel 400 000 bérlést regisztráltak.



Civil szervezetek

Tapasztalatcserére civil szervezetekkel az évente egyszer megrendezésre kerülő, bárki által látogatható Fenntarthatósági kerekasztal-beszélgetésen van lehetőség. 2014-ben a kerekasztal-beszélgetést szeptember 3-án rendeztük.

Hét éve minden szeptember utolsó szombatján kerül megrendezésre a Fenntarthatósági Nap. 2014-ben 50 kiállítója volt a rendezvénynek, számos civil szervezet is megjelent. A látogatók száma meghaladta a 4000 főt.

A 2014-es Fenntarthatósági jelentés előkészületei részeként több civil szervezetnek is elküldtük azt a kérdőívet, amely arra kereste a választ, hogy a jelentés témái közül melyek a megkérdezett szerint hasznosak és fontosak. A kérdőívet megkapták az elmúlt három évben Magyar Telekom adományban részesült civil szervezetek, a hello holnap! mobilalkalmazás

együttműködő partnerei és kedvezményezettjei, a hello holnap! díjcsomag kidolgozásában részt vett, fogyatékossgal élőket képviselő szervezetek, a 7. Fenntarthatósági Napon megjelent szervezetek, valamint a Civil és CivilNet pályázaton nyertes szervezetek.

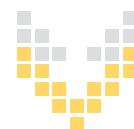
A hello holnap! mobilalkalmazásban a Magyar Telekom együttműködő partnere volt három civil szervezet: a Szatyor bevásárló közösség, a 30km.hu és az Oszkár telekocsi. Kedvezményezett volt a Demokratikus Ifjúságért Alapítvány, az Ökoszolgálat, a Zöld Fiatalok egyesülete, a Civil Kollégium alapítvány és a Kortárs Építészeti Központ.

A Crnogorski Telekom számos 2014. évi CR-projektje közül az év kiemelt rendezvénye volt a „Za svako dobro” (Minden jót!) adományozási verseny, mely hosszú távú projektként 23 ezer euró értékben

finanszíroz montenegrói társadalmi felelősségvállalási projekteket. A 70 pályázó civil szervezet 4 projektje részesült a megvalósítást lehetővé tevő támogatásban.

A T-Mobile Macedóniáért Alapítvány 2002. évi megalakulása óta szorgalmazza humanitárius adományvonalak működtetését, melyek lehetővé teszik az állampolgárok számára az egyének és szervezetek emberbaráti kezdeményezéseinek támogatását. 2014-ben 51 alkalommal nyílt lehetőség civilek, míg 4 alkalommal jogi személyek támogatására.

A Civil díjcsomag szolgáltatást 2004 márciusában indította el a Magyar Telekom. 2014 folyamán a vállalat egyszer hirdette meg a pályázati lehetőséget, így a szolgáltatás keretében összesen 27 szervezet számára biztosított kedvezményeket 2,4 millió forint értékben.



Beszállítók

30 kiemelt beszállítónkat meghívtuk az EcoVadis gazdasági, környezeti, társadalmi és felelős beszerzési szempontokat értékelő kérdőív kitöltésére; válaszokat 20 közvetlen és közvetett beszállítónktól kaptunk.

Főbb beszállítóinkat meghívtuk a Beszállítói konferenciára, melyen a beszállítókkal történt interaktív egyeztetés a különböző szállítói üzleti kapcsolatok, megfelelőség és az őket érintő OneERP projekttel kapcsolatos témákban; közel 100 beszállító vett részt.

A T-Systems Magyarország szervezésében évről évre megrendezésre kerülő T-Systems Symposium infokommunikációs konferencián partnereinkkel együttműködve számoltunk be az ICT-világ újításairól, trendjeiről és jövőképeiről.

A Deutsche Telekom világszerte auditokat végez a kiválasztott beszállítóknál, melyeknél az egységes szempontrendszer elősegíti és biztosítja a minimális társadalmi és környezetvédelmi sztxenderdeknek való megfelelést, így 2014-ben a Deutsche

Telekom által JAC-rendszerben végzett auditok közül 14 beszállító a Magyar Telekom partnereként közvetve is értékelésre került.

A Deutsche Telekom országhatárokat átívelő kezdeményezésként hozta létre 2014-ben a „Together for Sustainability” programot, mely a beszállítók fejlesztését szolgáló program, és amelynek keretében három, kulcsfontosságú ICT-termékekkel foglalkozó beszállítóval alakult ki együttműködés.

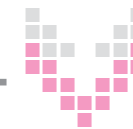


Média

A Magyar Telekom Vállalati fenntarthatósági központja és Sajtókapcsolatokért felelős szervezete két alkalommal szervezett operatív találkozót a Fenntarthatósági Média Klub tagjai számára. A találkozón mind a kilenc klubtag részt vett: a Magyar Telekomon kívül a CEMP csoport, a TV2, az RTL Klub, a Class FM, a Ringier Axel-Spriger, a Metropol, az Origo csoport és a Central Médiacsoport.

Összesen 53 pályamű érkezett a Magyar Telekom Fenntarthatósági sajtódíjára kiírt pályázatra. A sajtó munkatársai három kategóriában: „Alulnézet”, „Nagylátószög” és „Blog” küldhettek be olyan pályaműveket, amelyek környezeti, társadalmi vagy gazdasági jelenségekkel foglalkoznak.

A Fenntarthatósági Média Klub tagjai, publicistái számára inspiráló és edukatív médiakurzust indított a Magyar Telekom. A programsorozat célja az volt, hogy alapvető tartalmakat a lehető legszélesebb aspektusban feshessenek, ezáltal a legkiszolgáltatottabb célcsoport, a gyermekek szempontjából. Ebben szakértő partnerként együttműködött Gyurkó Szilvia, az UNICEF Magyar Bizottság gyermekjogi igazgatója, médiaérzékenyítésben gyakorlott programvezető.



Jövő generációi

2014-ben a 7. Fenntarthatósági Napon – melynek célcsoportja a 18–35 év közötti képzett, városi fiatal volt – 4701 fő vett részt, és hallgatta végig a négy szekcióbeosztásból álló rendezvényt.

A Telekom Okosdigitális Program során a vállalat munkatársai – többnyire önkéntesként – előadásokat tartanak az internetről, a digitális világról, szerte az országban. Lgyekeznek átadni azt a tudást, amit nap mint nap használnak a munkájuk során. 2014-ben 346 önkéntes 2128 oktatás során 58 129 gyermeknek és 1327 pedagógusnak tartott előadást a biztonságos mobil- és internethasználatról.

A Magyar Telekom egyik szponzorációs fókussterülete a zene. Évek óta támogatója olyan zenei fesztiváloknak, mint a VOLT, a Balaton Sound, az EFOTT és a Campus fesztivál.

A támogatás márkamejelenést és aktivitásokat jelent. A fesztiválok támogatásával a Magyar Telekom 2014-ben több mint 400 000 fiatalt ért el: 110 000 fő látogatót a VOLT fesztiválra, 145 000 a Balaton Soundra, 71 000 a Campusra és 92 000 fő az EFOTT-ra.

A T-City keretében került bevezetésre a szolnoki Szandaszőlősi Általános Iskolában az RFID- (rádiófrekvenciás azonosítás) technológián alapuló diákazonosító belép-tető rendszer.

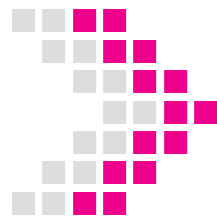
Az iskolában minden, a rendszer teszteléséhez csatlakozott diák kapott egy úgynevezett Sulikártyát, amely egy RFID-technológiával működő azonosító pasztikkártya. A be- és kilépés a belépőkártya segítségével az iskola bejáratánál felszerelt forgóvillás kapukon keresztül történik, így jelentősen csökkenthető az illetéktelen belépések száma, és jelentősen növelhető a diákok, valamint az iskola eszközeinek biztonsága.

Az okoseszközök elkötelezett felhasználói, a fiatalok körében is népszerű a hello holnap! mobilalkalmazás, amely fenntarthatóságához kapcsolódó feladatokat ad használatjának, az elvégzését pontokkal jutalmazza, melyek forintra váltva civil szervezetnek adományozhatók. 2014 végéig több mint 3000 letöltéssel rendelkezett az alkalmazás.

LÉNYEGESSÉG

A Magyar Telekom közel húsz éve foglalkozik a működéséből adódó fenntarthatósági kérdésekkel, és 2000-ben a hazai vállalatok közül az elsők között hozott létre külön környezetvédelmi, majd a vállalat felelős működési folyamatait koordináló fenntarthatósági szer-

vezetet. Fenntarthatósági tevékenységét a teljes körű, tervezett és hosszú távú megközelítés jellemzi, és jelenleg már a harmadik, öt évre szóló fenntarthatósági stratégiájának megvalósításán dolgozik.



A Magyar Telekom fenntarthatósági tevékenységének és eredményeinek integrált és teljes körű bemutatására az évente megjelenő Fenntarthatósági jelentés szolgál, amellyel a vállalatcsoport minden témára kiterjedő környezeti, társadalmi és gazdasági működését kívánja átláthatóvá tenni mindenki számára.

A Fenntarthatósági jelentés körének és tartalmának meghatározása a Magyar Telekom lényegességi elemzése alapján történt, amelyhez külső forrásként felhasználtuk a felelős befektetói 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 keresztül vezetni 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 lényegességi elemzés elsősorban a 2011–2015 közötti időszakra szóló, harmadik Fenntarthatósági stratégiánkhoz készült.

Célja a trendek elemzése a jövőbeli értékteljesítéshez, a lehetőségek feltérképezése új termékek és szolgáltatások fejlesztéséhez, valamint a vállalat erőforrásainak prioritizálásával a legfontosabb témákra történő fókuszálás.

A 2011-ben elfogadott fenntarthatósági stratégiát befolyásoló trendek:

- Az előző stratégia időszakának szakmai értékelése (leginkább a Dow Jones Fenntarthatósági Index eredményeire alapozva)
- Az Európai Unió Europe 2020 stratégiája
- Az EU 2020-ig érvényes 3 × 20-as klímacsomagja
- EU-ajánlás az ICT szektornak: 20%-os CO₂-csökkentés 2015-ig
- Vállalati trendek, pl. Climate Groups' 30%-os kezdeményezése
- A Deutsche Telekom fenntarthatósági elvárásai
- A felelős befektetések és azok értékének növekedése
- A fogyasztói elvárások változása

A lényegességi elemzés alapján, figyelembe véve a tevékenység közvetlen és közvetett hatásait, azok súlyosságát, pozitív vagy negatív voltát és főként érdekelt feleink elvárásait (a jelentéstétel szempontjából pedig elsősorban a felelős befektetói értékelők szempontjait), a fenntarthatósági témák rangsorolása és csoportosítása a következők szerint történt:

A FENNTARTHATÓSÁG STRATÉGIAI PRIORITÁSAI

MAGAS PRIORITÁSÚ TÉMÁK

Telekommunikációs szolgáltatások
Fenntartható innováció
Beszállítólánc-menedzsment
Klímastratégia
Fenntartható márkamenedzsment

KÖZEPES PRIORITÁSÚ TÉMÁK

Társadalmi szerepvállalás	Stakeholderek bevonása
Ügyfélkapcsolat-menedzsment	Felelős vállalatirányítás
Digitális felzárkóztatás	Környezetmenedzsment
Tehetségmenedzsment	Egészség és biztonság
Humántőke-fejlesztés	Márkamenedzsment
Szolgáltatásfejlesztés	Megfelelőség, etikai kódex, korrupció és vesztegetés
Munkáltatói gyakorlat	
Fenntarthatósági jelentés	

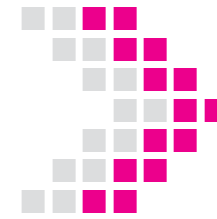
ALACSONY PRIORITÁSÚ TÉMÁK

Munkáltatói gyakorlat	Kockázat- és válságkezelés
Tehetségmenedzsment	Adatvédelem

Elemzésünk során úgy ítéltük meg, hogy minden lényegesnek jelölt téma jelentőséggel bír vállalaton kívül és belül egyaránt.

A stratégia meghatározásához alkalmazott lényegességi elemzés alapján nemcsak a

kiemelt területek kerülnek részletesebb bemutatásra a jelentésben, hanem a kevésbé lényegesek közé soroltak is, ennek oka, hogy a Magyar Telekom Csoport Fenntarthatósági jelentése a minden témára kiterjedő teljesítményről és eredményekről való beszámolás eszköze.



Fenntarthatósági jelentésünk teljes terjedelmében mindenekelőtt részvényeseink, befektetőink, köztük is elsősorban felelős befektetőink és a fenntarthatósági elemzők információigénye alapján készült.

A felelős befektetói értékelők, befektetők, szabályozók által igényelt információkról teljes körűen beszámolunk, a jelentés tartalmát az igények alapján folyamatosan bővítjük annak érdekében, hogy érdekelt feleinket a legátláthatóbban informáljuk a vállalatirányítási, környezeti, társadalmi hatásunkról, a kockázatokról és a lehetőségekről. Fenntarthatósági stratégiánk is a Dow Jones Fenntarthatósági Index értékelője, a RobecoSam témakörei alapján lett meghatározva, így Fenntarthatósági jelentésünkben is ezt a tartalmat követve

jelentünk. Bár a stratégiában az erőforrások hatékony felhasználása érdekében prioritizálunk, a jelentés tartalmát nem kívánjuk ez alapján szűkíteni.

Fenntarthatósági jelentésünk emellett természetesen minden érdekelt félnek szól, ugyanakkor különböző érdekelt felek bevonásához és tájékoztatásához különböző eszközöket is használunk a Fenntarthatósági jelentés mellett (célzott kommunikáció, rövidebb összefoglaló anyagok, infografikák, események stb.).

A JELENTÉS TARTALMI MEGHATÁROZÁSÁNAK FOLYAMATA



FENNTARTHATÓSÁGI MEGKÖZELÍTÉSÜNKHÖZ KAPCSOLÓDÓ STRATÉGIÁK, POLITIKÁK

HR-STRATÉGIA

A Fenntarthatósági stratégia egyik kulcskihívása a humán erőforrás-menedzsment területe, ezért a Magyar Telekom HR-stratégiájának is fontos szerep jut a fenntarthatósági célok elérésében. A Magyar Telekom 2011–2015. évi vállalati stratégiájával összhangban a HR terület is megújította stratégiai célkitűzéseit. 2011-ben kialakítottunk egy új Humán stratégiát, mely teljes strukturális váltást jelent mind a vállalat, mind a munkatársak, mind a HR-csapat szempontjából. A HR terület víziója egy élhető, szerethető és sikeres vállalat felépítése.

A Magyar Telekom Humán stratégiája a vállalat szemszögéből

- Hatékony vállalat – a személyi jellegű költségek árbevétel arányos folyamatos optimalizálása
- Versenyképes vállalat – versenylőny a humán tőkével: képzés-fejlesztés, karriermenedzsment területeken
- Energizált vállalat – nemzetközi, sokszínű, egészséges, sikereket megélt közösség

A Magyar Telekom Humán stratégiája a munkatársak szemszögéből

A munkatársak fejlesztése a munkavállalói élmény növelésén keresztül valósul meg, ami kulcseleme a stratégiánknak. 2011-ben beazonosítottuk a telekomos munkavállalói életciklus állomásait, és minden egyes állomáshoz hozzárendeltük a megvalósításhoz szükséges HR-eszközöket. 2012-ben megkezdődött a célkitűzések megvalósítása, 2013-ban pedig aktualizálásra került a Humán stratégia, összhangban a vállalat Telekom 2017 stratégiai célkitűzéseivel. 2014-ben a célkitűzések megvalósítására, a legjobb megoldások bevezetésére helyeztük a hangsúlyt.

- Munkáltatói márkaépítés: Élhető és szerethető munkahelyet teremtünk, amellyel elégedettek a munkatársaink és vonzó a munkaerőpiacon. A Legjobb Munkáltató felmérésen a második helyet szereztük meg.
- Kiválasztás: A belső utánpótlás egészséges szintjének fenntartásával és az atipikus foglalkoztatás súlyának növelésével sokszínű munkahelyet teremtünk. A belső utánpótlás aránya 70% felett van a cégnél, és a munkatársak megközelítőleg 12%-a dolgozott atipikus formában.

- Megállapodások: Átlátható, rugalmas és megbízható kereteket teremtünk. A munkavállalói érdekképviselletekkel kiegyensúlyozott partnerkapcsolatot tartunk fenn, és a munkavállalói szerződések egységesítésére törekszünk.
- Orientáció: Tudásunk, kultúránk és élményeink megosztásával válhatnak új kollégáink csapattagá. Orientációs programunkat megújítottuk annak érdekében, hogy valóban informatív és hatékony esemény legyen az új kollégák számára, ami segíti a szervezeti kultúrába való beilleszkedést is. Az Orientációs programmal kapcsolatos ügyfél-elégedettség 92% felett volt.
- Javadalmazás: Átláthatóbb, egyszerűbb és egységes munkaköri modellt vezettünk be, ami a hierarchia helyett a munkakörök valódi értékét tükrözi, és alkalmas a piaci összehasonlításra, megteremtve ezzel a versenyképes javadalmazási rendszer alapját.
- Képzésfejlesztés, szervezetfejlesztés: Versenylőnyünket képzett munkatársainknak köszönhetjük. A legjobb nemzetközi gyakorlatnak megfelelő mértékű erőforrást biztosítunk munkatársaink fejlesztésére, és a tréningek jelentős részét belső erőforrásból biztosítjuk.
- Munka, magánélet: Energizált munkatársaink tesznek minket sikeressé. Komplex stresszmenedzsment-rendszert alakítunk ki és vezetünk be, mely segít megőrizni munkatársaink szellemi és fizikai egészségét.
- Tisztességes elbocsátás: Korrekt módon, tisztességesen válunk meg munkatársainktól. Tudatosítjuk munkatársainkban, hogy a piacképesség megtartása mindenkinek saját felelőssége.

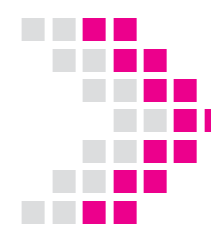
TÁMOGATÁSI ÉS SZPONSZORÁCIÓS STRATÉGIA

A Magyar Telekom – már két évtizede – kiemelt figyelmet fordít társadalmi szerepvállalási, azon belül támogatási programjainak kiválasztására és megvalósítására. A társaság támogatási tevékenységét központilag szabályozott 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, profilú támogatási projektek hatékony megvalósítására, a vállalatcsoportban rejlő szinergiák felkutatására és kihasználására törekedtünk.

A társaság szponzorációs tevékenysége elsősorban a sport és zene fókuszok köré épül, és a hazai élsport, diáksport, 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 járjunk hozzá a kezdeményezésekhez, hanem alapterveinkből következően infokommunikációs megoldásokkal is segítsük a projektek megvalósítását.

A Magyar Telekom tisztában van a méretéből is eredő társadalmi és gazdasági felelősségével, aminek minden tekintetben igyekszik megfelelni. A társaság célja, hogy társadalmi szerepvállalása, támogatási tevékenysége szemléletformáló hatású legyen, ezért – már a kezdetektől fogva – kiemelt figyelmet fordít társadalmi szerepvállalási programjainak kommunikációjára, ügyfeleink és dolgozóinak bevonására, aktivizálására. Az adományozás területén 2013-ban támogatási politikánk egy jelentős fordulatot vett.



A vállalat felső vezetése arról határozott, hogy vállalati stratégiánknak megfelelően társadalmi szerepvállalási gyakorlatunkat alapterveinkhöz kötjük, azaz olyan digitális edukációs programokra fektetünk hangsúlyt, amelyek a társadalom digitális érettségét fejlesztik oly módon, hogy a mindennapokban felhasználható tudást nyújtunk. 2014-ben ezért hoztuk létre a Telekom Okosdigitális Programot.

