

Magyar Telekom Nyrt. Vállalati Fenntarthatósági Központ	Emlékeztető
Esemény	XVI. Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetés és DELFIN-Díjátadó

Dátum:	2015. június 12.
Helyszín:	Design Terminál (1051 Budapest, Erzsébet tér 13.)
Készítette:	Sepp Viktor
Részvevők:	Mellékelt lista szerint

1. RÉSZ

Novák Péter köszöntötte a kerekasztal-beszélgetés résztvevőit és bemutatásra kerültek a Magyar Telekomot képviselő felsővezetők, Lakatos Péter, kis- és középvállalati szolgáltatások vezérigazgató-helyettes és Rózsa Iván, Vállalati Kommunikációs igazgató. Novák Péter felkérte Szomolányi Katalint, hogy nyissa meg a XVI. Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetés és DELFIN-Díjátadót.

A rendezvény első felében két előadás hangzott el. Szomolányi Katalin, a Magyar Telekom Vállalati Fenntarthatósági Központ vezetője ismertette a vállalat 2014-ben elért fenntarthatósági eredményeit, valamint a 2015-re kitűzött vállalati kihívásokat, célokat.

Dr. Ságvári Bence az MTA Társadalomtudományi Kutatóközpont, Társas kapcsolatok és hálózatelemzés osztályvezetője „A zöld az új piros? Fogyasztói attitűdök és fenntarthatóság” című előadásában számolt be a zöld fogyasztó szokásainak társadalmi jelenlétéről Magyarországon és ismertette a fenntarthatóvá válás egyéni motivációit.

Az előadások után megkezdődött a kerekasztal-beszélgetés.

Novák Péter (NP): Milyen versenyelőnyrel járhat a fenntarthatósági értékrend beépítése a kis- és középvállalatok számára? Milyen a helyzetük jelenleg Magyarországon?

Lakatos Péter (LP): A kis- és középvállalatok helyzete az utóbbi időben egyre javult, előrelépés látható a fejlődésükben és a beruházások is nőttek. A Magyar Telekomot nem a rövid távú profitérdekek motiválják, hanem a fenntarthatóság egy belülről jövő erkölcsi nyomás, mely a vállalat magyarországi méretéből, tevékenységéből és beruházásaiból adódik, és ezért van szükség a fenntarthatóság képviselésére.

NP: CD, mint adathordozó eltűnt, használaton kívül került, de a lábnyoma itt maradt. Ilyen és ehhez hasonló esetekben a termékfejlesztés történhet e tudatosabban? A Telekom következő 5 éves fenntarthatósági stratégiájának összeállításánál mennyire prognosztizálható előre a jövő?

Szomolányi Katalin (SZK): Nagyon nehéz, nem lehet látni hol lesz Magyarország a következő 5 évben. A stratégia megalkotásánál figyelembe kell venni a különböző tendenciákat, mint például hogyan alakulnak

a termékek, de pontosan nem lehet megjósolni mi lesz az. Ezeket a tendenciákat nagyban befolyásolják a fogyasztói attitűdök változása is. A jövőkép vizsgálatánál a globális tendenciákat is figyelembe venni, hiszen ami megjelenik nyugaton, az megjelenik Magyarországon is.

Horváth Levente (HL): Ha szociális alapon nézzük a fogyasztói attitűdöket, mennyire nagy az aránya azoknak, akik nem tudatosan, de zöld fogyasztók? Olyan vidéken élőknek ez alatt, akik nem tudnak sok pénzt elkölteni, hogy nagy fogyasztóvá váljanak, inkább csak anyagi okok miatt zöld fogyasztók.

Ságvári Bence (SB): Ők nem zöld fogyasztók a klasszikus értelemben, az egészség az az identitás része vidéken, nekik ez a hagyományaikból jön. Nem városiakok számára például értelmezhetetlen egy közösségi kert megvalósításának ötlete.

NP: Milyen új termékek jelennek meg, amik segítik a kis- és középvállalati attitűdöket erősíteni? Mennyire változnak a szolgáltatások és mennyire vannak újítások?

LP: Az adatok tárolásánál, mint az előbb említett CD vagy pendrive esetén fennáll a kérdés, hogy az adott fotó meg lesz e még 60 év múlva. A felhő alapú megoldások biztonságos választ adnak erre a kérdésre, így a szolgáltatás jellegéből adódóan segíti ez a hazai kis- és középvállalatokat. A felhő alapú informatikát egyre többen kezdik el használni, ami csökkenti az infokommunikációs szektor CO² lábnyomát.

SzK: Az infokommunikációs megoldások ki tudják váltani a CO² terhelést, mint a „Ne nyomtass, használd elektronikusan” kezdeményezés vagy az egyéni közlekedés kiváltása virtuális meetinggel. Az Egálnet is egy hasonló kezdeményezés a Telekom jóvoltából, mely több mint 10 évvel ezelőtt indult, amikor még ez volt az első ingyenes weblapkészítő oldal. Ennek megújításaként, a kis- és középvállalatok számára már elérhető ingyenes weboldalkészítés mintájára, az alapítványok számára is lehetőség nyílik majd erre. Ez a Telekomban már meglévő tudás felhasználásával jön létre.

NP: Egy vállalat esetén a sikeresség automatikusan megteremti a felelősségteljes működést? Amennyiben igen, hogyan mérhető ez?

LP: Rövid távon biztosan nem, hosszú távon viszont biztosan hogy a sikeresség kialakítja a felelősségteljes működést. Ez a működés beépül a márkamenedzsmentbe, ezáltal javul, hogy a közvélemény hogyan ítéli meg ezeket a vállalatokat. Az üzleti életben sok példa tanúsítja, hogy egy rossz vállalati image miatt sok potenciális vevő távolodott el tőlük. Ellenben ha a vásárló látja, hogy ez belülről jön, akkor lassan beépül az általuk alkotott vállalati képbe.

SzK: A fenntarthatóság alapjaiban csökkenti kockázatokat. Például a tele2 nem fektetett semmit ebbe az országba, nem építettek ki saját hálózatot. Azok a vállalatok, amelyek fejlesztéseik révén elsüllyedt költségeket (ún. sunk costs) teremtenek, ezt a költséget nem szeretnék elveszíteni, ezért a működésük kockázatait szeretnék csökkenteni. Beruházásaik révén hosszú távra terveznek, összhangban a fenntarthatósággal.

Radácsi László (RL): Mennyit számít az, hogy a nagyvállalati márka mögött milyen személyiségek vannak? Nyugaton a fenntarthatóságot a piac mozgatja, míg Magyarországon a nagyvállalatok. A fenntarthatóságra való hajlandóság kérdéseiben a valós számadatok lesújtóak, valóságban a fogyasztói kosarak

mondanak valamit, ami azt jelzi, hogy nem szívesen költenek az emberek fenntarthatóságra. A válság nem zöldíti az embereket, nem bírnak többet fogyasztani, nőtt az ár-érték alapján vásárlók száma.

SzK: A Magyar Telekomnál 10 éve van fenntarthatóság, lehet a piac még nem követeli meg ezeket a lépéseket, de a fenntarthatósági tevékenységekhez köthető nettó profit pozitív értéket mutat. Egy ekkora piaci szereplőnek kötelessége edukálni és előre mutatni, hiszen hatalmas hatása van az emberekre és nem teheti meg hogy kockázatot vállal. A Telekomnál 2008-tól kezdődően negyedévente ismétlődő fenntarthatósági témájú piackutatási adatok állnak rendelkezésre, amelyek azt mutatják, hogy növekvő tendencia van, több esetben meg is duplázódott a fenntarthatóság iránti hajlandóság.

NP: Az előadásban is említett hello holnap! applikáció fontos szereppel rendelkezik, ez igazolta e már a működését? Bevált-e már ez a közvetett támogatási forma?

HL: Rendkívül sikeres applikáció, több mint 4000 felhasználóval rendelkezik, naponta +25 ember tölti le, folyamatosan érkeznek újabb külső, belső megkeresések. Ez a második legsikeresebb Telekom applikáció.

SzK: Mint az applikációhoz újonnan csatlakozó támogatható szervezetek, mit vár a Heti Betevő és a Magyar Madártani és Természetvédelmi Egyesület ettől a lehetőségtől?

Nagy Emese (Heti Betevő): Klauzál téren egy maroknyi ember – főleg szakácsok – támogatásával jött létre az első ilyen esemény. A szakácsok olyanoknak akartak biztosítani ételt, akiknek nem adatik meg, hogy ételhez jussanak. Már a 75. alkalommal főzünk és visszük ki a kondért a Klauzál térre. Társadalmilag már zöldek vagyunk, lebomló műanyag tányért használunk. Ugyan társadalmilag nem tudunk munkát adni, vagy nem tudják felemelni a nyugdíjat, de volt már rá példa, hogy a közösség segítségével sikerült munkát találni valakinek. A program célja a társadalmi érzékenyítés is. Az országban már vidéken is tevékenykedünk, mint például Makón.

Sándor Kata (Heti Betevő): Józsefvárosban is elindult a program, most lesz a harmadik osztás. Érdeemes megjegyezni, hogy nem csak olyan emberek jönnek el, akik hajléktalanok, hanem olyanok is vannak, akik nem engedhetik meg maguknak a meleg ételt vasárnaponként.

Ladányi-Benedikt Ildikó (MTVSZ): Várakozással tekintünk az applikációban való szereplés elé, célunk a fenntartható fejlődés elterjesztése, melyet konferenciák, fórumok, környezeti nevelés és természetvédelmi játékok által kívánunk elérni.

Prácser Attila (Oszkár Telekocsi): Az Oszkár Telekocsi a hello holnap! applikációban, mint pontadományozó szervezet vesz részt egy éve és az elmúlt egy év eredményeit szeretném ismertetni. Az elmúlt egy év alatt 150 000 kód lett kiosztva, pontbeváltásra ösztönözve a felhasználókat. A telekocsi utazás után mind az autó sofőrje, mind az utas is kapnak egy-egy kódot. Ez 65 000 embert érint, de nem mindenki tudja beváltani, ezért a fel nem használt kódokat a felhasználók különböző fórumokon felajánlják egymásnak, innen látszik, hogy a kezdeményezéssel és a gondolkodással egyetértenek és támogatják is azt.

SZÜNET

2. RÉSZ

Az esemény második felében került sor a DELFIN-Díjak átadására. A zsűri négy kategóriában hirdetett nyertest, illetve ítelt oda elismerő okleveleket.

Szomolányi Katalin bemutatta a DELFIN-Díjat, hogy 2008-ban a Magyar Telekom saját beszállítóinak hirdette meg, de 2013 óta már nem csak a Telekom beszállítói pályázhatnak.

Szomolányi Katalin ismertette a pályázatokat elbíráló szakmai zsűri tagjait: Bodó Péter, a Route4U kerekesszékes navigáció alapítója, Dr. Pataki György a Budapesti Corvinus Egyetem docense, Simon Ernő gazdasági újságíró, D. Tóth András, az RTL Klub szerkesztő-műsorvezetője a Fenntarthatósági Média Klub képviselőjében, Nagy Viktor, a Portfolio.hu vezető elemzője, valamint Szomolányi Katalin, a Magyar Telekom fenntarthatósági központjának vezetője.

Szomolányi Katalin felkérte Bodó Pétert, hogy adja át az első díjat és ismertesse a projektet. Az „Esélyegyenlőség támogatása, diszkrimináció-mentesség segítése vállalaton belül és kívül” kategóriában 2013 után ismét a JOB Személyzeti Tanácsadó érdemelte ki a díjat, ezúttal a megváltozott munkaképességűek munkaerő-piaci integrációját segítő www.rehabjob.hu portál, Facebook-oldal és blog létrehozásával. A díjat átvette Markos Ádám, szakmai vezető.

Szomolányi Katalin felkérte Bodó Pétert, hogy adja át a következő kategória díját és ismertesse a projektet. A „Fenntarthatósági tudatformálás, oktatás” kategóriában a Hegyvidéki Sportcsarnok és Sportközpont (MOM Sport) társadalmi felelősségvállalási tevékenységét ismerte el a zsűri a DELFIN-Díj odaítélésével, különösen a halmozottan hátrányos helyzetű sportolóknak rendezett versenyeket. A díjat Buranits Ildikó, ügyvezető igazgató vette át. A kategóriában a zsűri elismerő oklevéllel díjazta még a Rubin Informatikai Zrt.-t, akik már 2012-ben sikeresen váltak DELFIN-Díjasokká.

Szomolányi Katalin felkérte Bánhegyi Zsófiát, a T-Systems Magyarország kommunikációs igazgatóját, hogy adja át a következő díjat és ismertesse a projektet. Klímavédelemmel kapcsolatos beruházás és fejlesztés területén a zsűri az Ericsson Magyarország Take-Back termékvisszavételi programját értékelte kimagaslónak, amelynek köszönhetően megvalósult a mobilhálózatok modernizálása során leszerelt berendezések újrahasznosítása. A díjat a cég ügyvezető igazgatója, Jakab Roland és Újvári Dezső vette át. Ebben a kategóriában a zsűri az Interpower Kft. pályázatát elismerésben részesítette.

Szomolányi Katalin felkérte Nagy Viktort, a portofilo.hu vállalati szekciójának vezetőjét, hogy adja át az utolsó kategória díját és ismertesse a projektet. A "Megvalósult innováció a fenntarthatóság érdekében" kategóriában a már 2012-ben is DELFIN- díjas Budapest Taxit üzemeltető RT 5 Taxi Holding kapta az elismerést, amely létrehozta az ország első „zöld”, környezetbarát taxiflottáját, és elsőként szerzett be elektromos taxikat. A díjat Horváth Csaba, ügyvezető igazgató vette át. A kategóriában elismerő oklevéllel díjazta a zsűri még a Denkstatt Hungary Kft., Fornax ICT Kft. és a DataM Electronics Kft. pályázatát is.