

# A Magyar Telekom fenntarthatósági stratégiájának (2011-2015) első évi eredményei

XIII. Fenntarthatósági Kerekasztal-beszélgetés  
Szomolányi Katalin  
Vállalati Fenntarthatósági Központ



# Arthur D. Little jóslata 2004-ben...

Arthur D. Little változást figyelt meg az üzleti élet szereplőinek környezeti és társadalmi felelősséghez fűződő viszonyában

## A paradigmaváltás épp most történik

### Felelősségből

- Hatások megértése
- Hatások menedzselése és csökkentése
- Nyilvános közzététel fejlődése

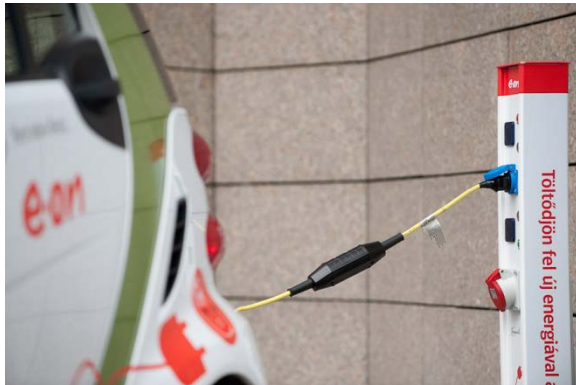
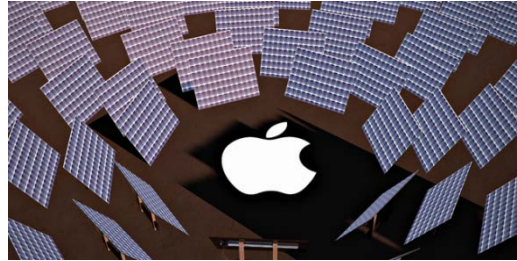


### Lehetőség

- Piacok megértése
- Lehetőségek azonosítása
- Pozitív környezeti és társadalmi hatású termékek és szolgáltatások fejlesztése



# 2011-es történetek a nagyvilágból



# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

## Fő célkitűzés, vízió, megközelítés

A fenntarthatóság váljon a Magyar Telekom identitásának részévé, ezzel is versenyelőnyt biztosítva a vállalat számára hosszútávon.

A Magyar Telekom, mint élenjáró közép-európai infokommunikációs szolgáltató, **képesé teszi** partnereit is a **fenntartható fejlődésben való tudatos részvételre**, melyet a **hello holnap!** kezdeményezés keretében valósít meg.

**Jövőbe mutató gondolkodásával**, innovatív és fenntartható termékeivel és szolgáltatásaival, valamint **felelős magatartásával** lehetőséget biztosít egy megújuló társadalomhoz és környezethez.

A vállalat mindennapjaiban elkötelezetten, **proaktívan és transzparensen** tesz azért, hogy a fenntarthatóság identitásának részévé váljon, és ebből versenyelőnyt is kovácsoljon.



# A fenntarthatósági stratégia első éves eredményei

▪ Időarányosan teljesülő feladatok	104	91,2%
▪ Csúszásban lévő feladatok	10	8,8%
▪ Összes feladat	114	
▪ Módosított feladat / KPI	17	



# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

## Kiemelt prioritású témák



### Környezet

- Klímastratégia

### Társadalom

- Szállítói sztenderdek
- Telekommunikációs szolgáltatások hatásai

### Gazdaság

- Márkamenedzsment
- Innováció menedzsment

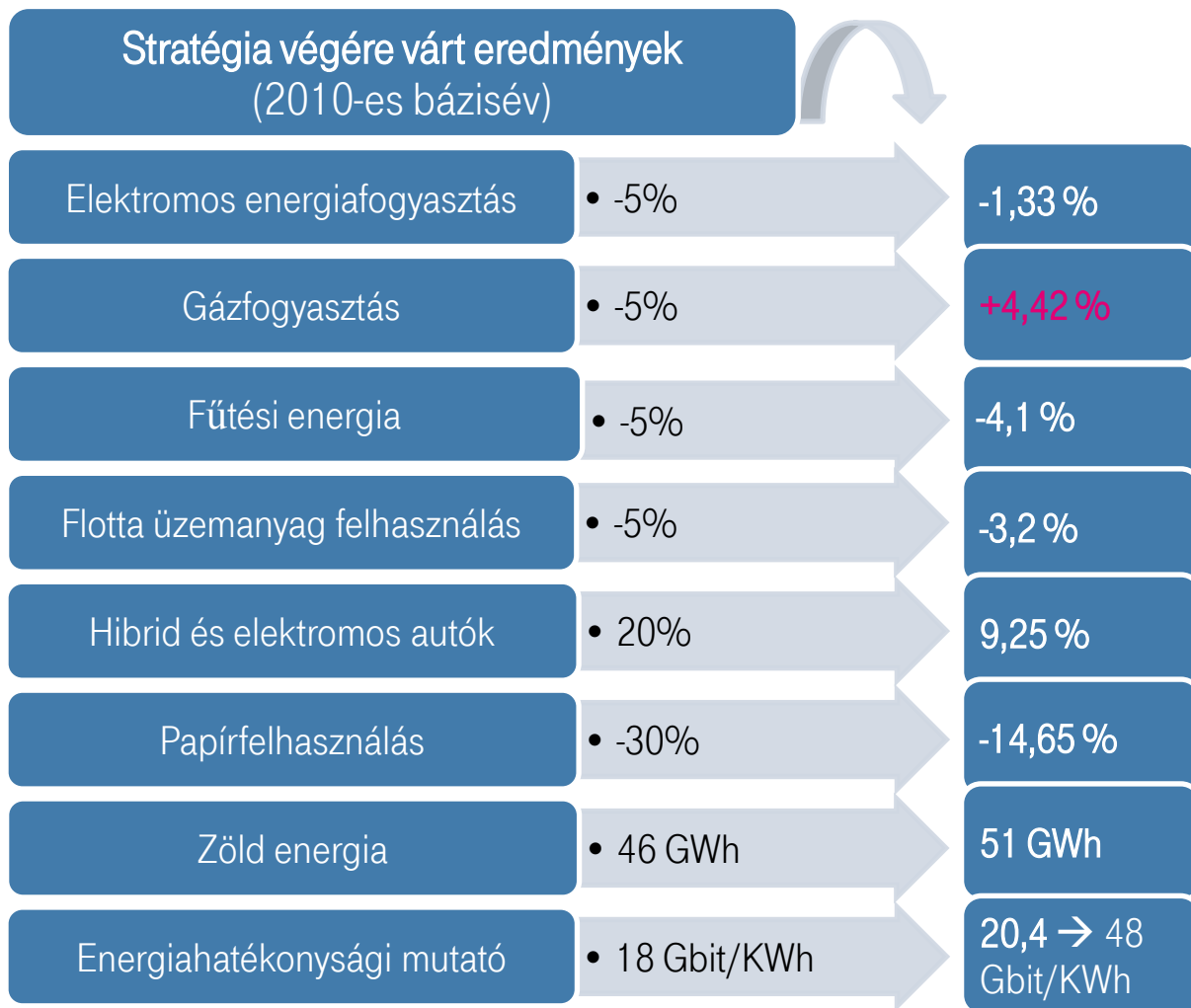


# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

## Kiemelt prioritású témák – Klímastratégia



2015: 20% CO2 csökkenés  
(2004-es bázisév)  
2011: -15 %





# Klímastratégiához kapcsolódó trendek

- Dánia: 100% megújuló erőforrásra áll át 2050-ig
- Európa 2011:a megújuló energia szektorba történő befektetések meghaladták a 100 mrd \$-t
- Kyocera a világ legnagyobb (70MW) naperőművét tervezi megépíteni Japánban
- A német Környezetvédelmi Minisztérium előrejelzése: a megújuló energiaforrások ára 2030-ra olcsóbb lesz mint a fosszilis energiaforrásoké
- Sapphire Energy 144 M \$-t fektet alga bioüzemanyagba





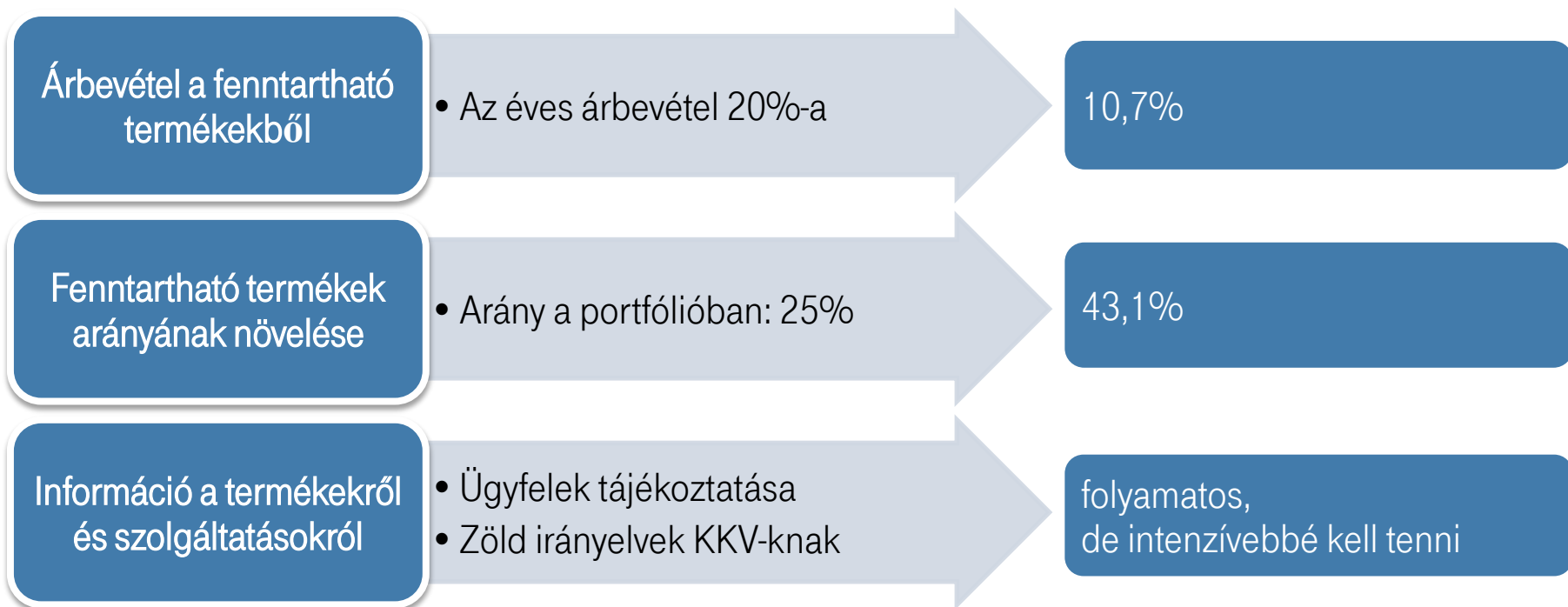
# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

## Kiemelt prioritású témák – Szállítói sztenderdek



# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

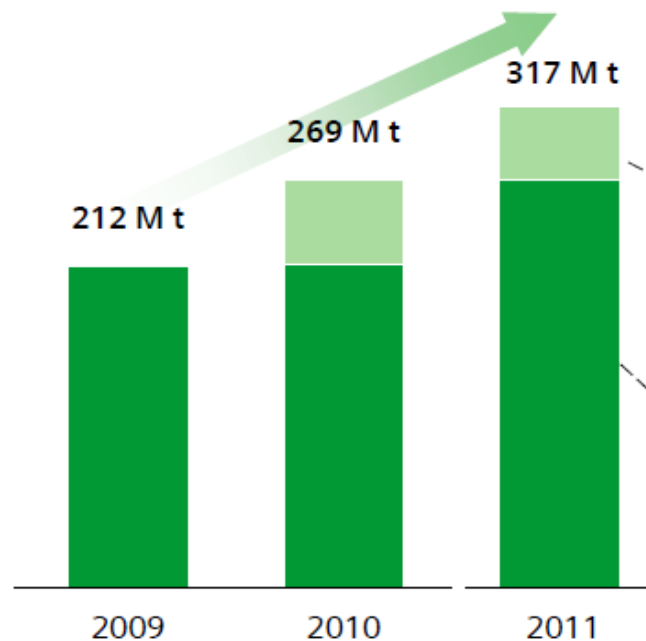
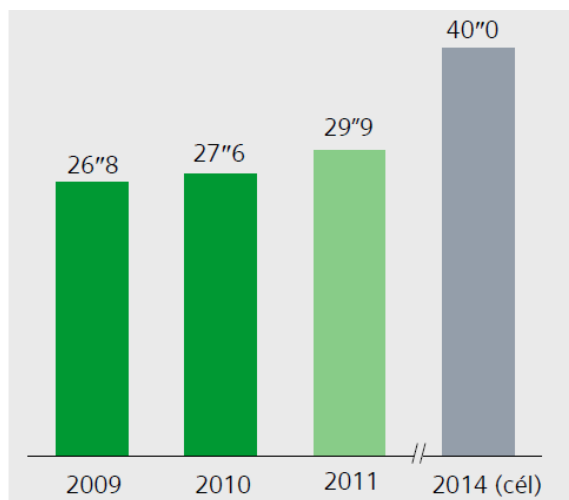
## Kiemelt prioritású témák – Telekommunikációs szolgáltatások hatásai



# Trendek a szolgáltatások terén

- A Siemens környezetbarát portfóliója 2011-ben elérte a 30 mrd €t (teljes árbevétel 40% -a), 2014-re 40 mrd €-t terveznek.
- A környezeti portfóliójával a Siemens ügyfeleinél 317 M t CO2 kibocsátás csökkentést ért el.

## SIEMENS



# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

## Kiemelt prioritású témák – Innovációmenedzsment

Társadalmi és  
környezeti innováció

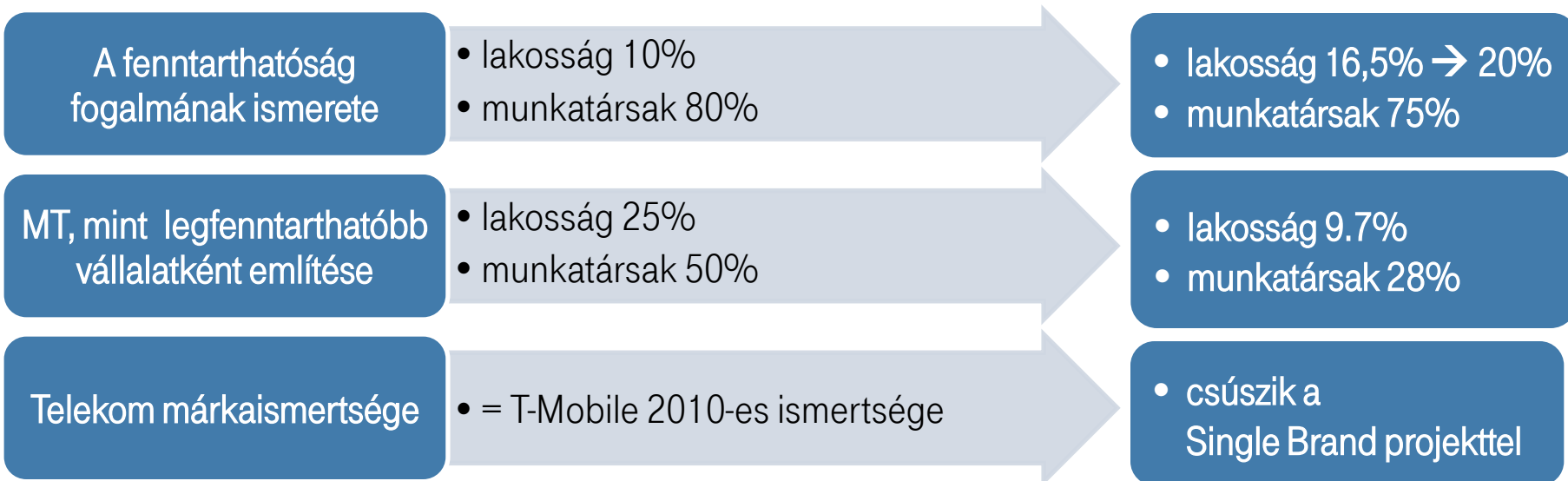
• K+F 10%-a

- ~20%
- T-City, e-health
- Vertikális szélgenerátor + napelem



# Fenntarthatósági Stratégia 2011-2015

## Kiemelt prioritású témák – Márkamenedzsment



CONSUMERS ARE RAISING THE BAR & EXPECTING MORE

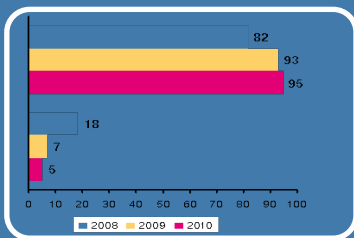
TOMORROW'S WINNING BRANDS WILL BALANCE PEOPLE, PLANET

SUSTAINABLE BRANDS



# Trendek - Munkatársi tudatosság

## Munkatársi felmérés



### A fenntarthatóság fogalmának ismerete

- 96% hallott már a fogalomról (2008-ban 82%)
- 75% tudja a korrekt meghatározást



### Fenntarthatósági szempontból legjobb vállalatok említése

- 61% nem tud ilyet említeni (2008-ban 79%)
- 28 %-a Magyar Telekomot említette első helyen
- más vállalatok: MOL , Telenor , EON, Elmű, IKEA, MVM, OTP, Audi

### Javaslatok

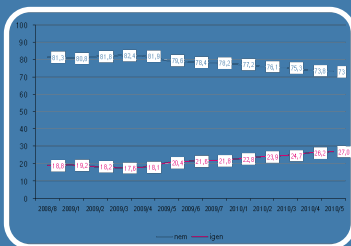


- kommunikáció: vidéken is széleskörű tájékoztatás, közelebb hozni a fenntarthatóságot
- belső: papírhasználat racionalizálása, alternatív energia használat, céges autók optimalizálása, szelektív hulladékgyűjtés mindenhol, önkéntes munkák



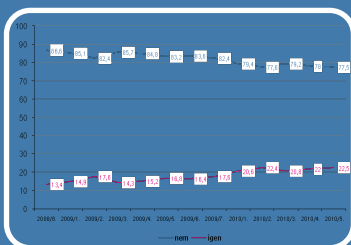
# Trendek - Lakossági tudatosság

## Lakossági felmérés



### A fenntarthatóság fogalmának ismerete

- 26% hallotta már a kifejezést
- 16 % többé kevésbé tudja a jelentését
- Lassan növekvő tendencia



### Fenntarthatósági szempontból legjobb vállalatok említése

- 82% nem tud említeni egy vállalatot sem
- 11% a Magyar Telekomot említette vagy valamelyik márkáját
- 41%-ot befolyásolná döntéshozatalkor, hogy az adott termék fenntartható-e



### Elvárások egy telekommunikációs vállalattal szemben

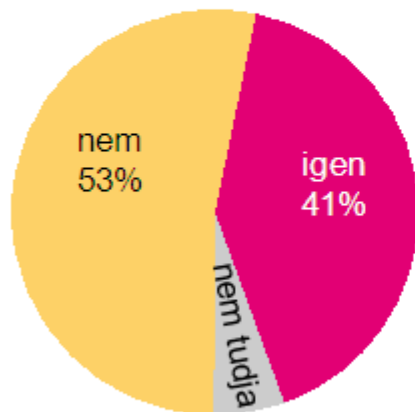
- Energiaracionalizáció, hulladékgazdálkodás, megújuló energiaforrások használata
- Tájékoztató a termékek és szolgáltatások környezeti hatásairól, fejlesszen fenntartható termékeket



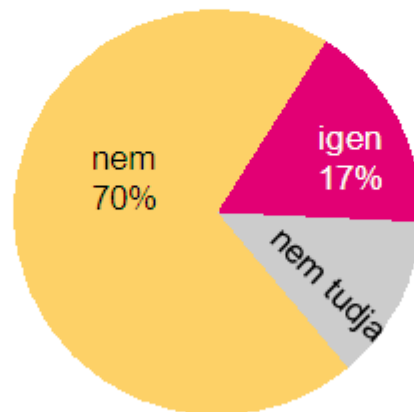


# Trendek - Piac

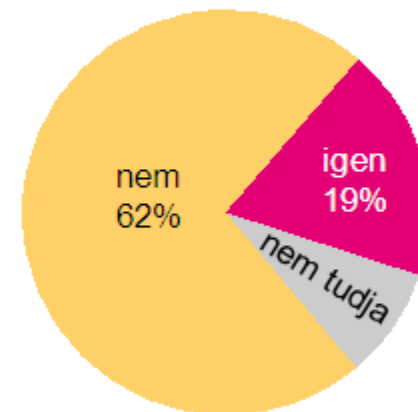
Befolyásolja-e egy termék vagy szolgáltatás vásárlásakor, hogy az adott termék fenntartható-e (pl., energia takarékos, nem károsítja a környezetet) ?



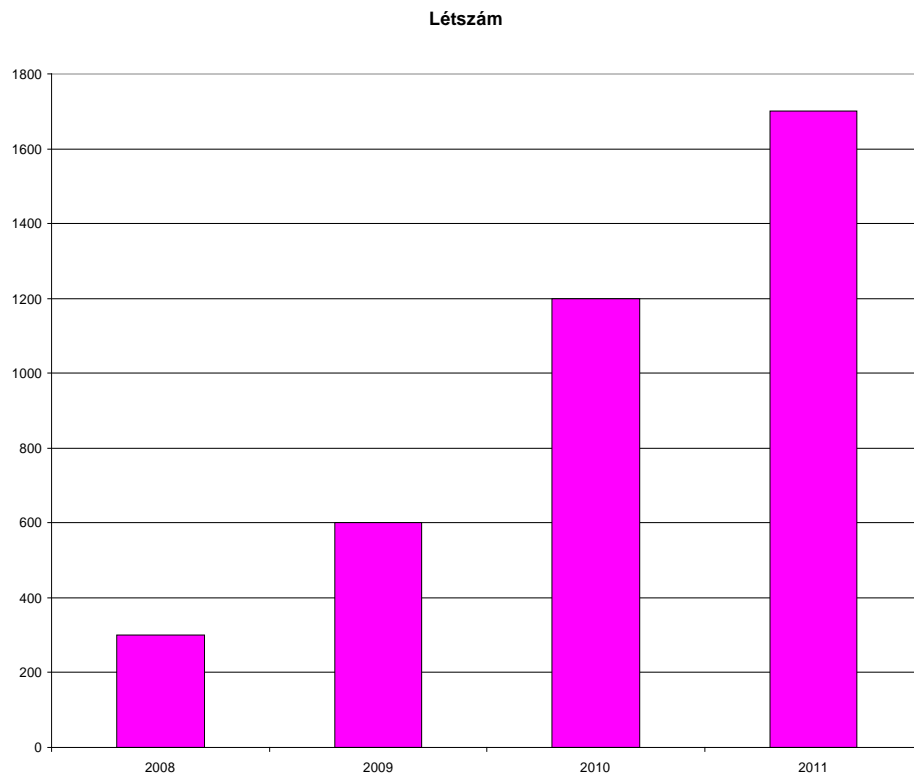
Hajlandó lenne többet fizetni egy olyan Vállalat termékeiért/szolgáltatásaiért, aki élen jár a fenntarthatóság terén?



Hajlandó-e 5-10 %-kal többet fizetni olyan szolgáltatásért, amelyről biztosan tudja, hogy megújuló energiaforrásból származik?



# Egy szeretett példa az ügyfelek és munkatársak megszólítására: Fenntarthatósági Nap



## 4. Fenntarthatósági Nap



[www.fenntarthatonap.hu](http://www.fenntarthatonap.hu)

[www.facebook.com/fenntarthatonap](https://www.facebook.com/fenntarthatonap)





Köszönöm a figyelmet!

