

Editoriál

Aktuálne číslo BLF Newslettera vychádza v čase, kedy sa v stovkách miest po celej Európe opäť koná Európsky týždeň mobility (16. – 22. september). Mestá organizujú akcie, ktorých cieľom je podporiť využívanie hromadnej dopravy a znížiť počet áut na cestách. Podpora nízko-emisných a nemotorových spôsobov dopravy nemusí však byť len v rukách miest. Zodpovedné firmy chcú mať predsa v práci spokojných a zdravých zamestnancov, riešiť problémy s parkovaním, či ušetriť na pohonných hmotách. A samozrejme, mali by byť aj dobrým susedom vo svojej komunite a prispieť k tomu, aby bol aj vďaka ich príkladu vzduch v mestách čistejší a zdravší.

Téme udržateľnej dopravy a konkrétnym tipom, čo môže každá firma spraviť, sa venujeme na stranách 8 – 10. Ako Európsky týždeň mobility „oslávili“ naši členovia sa dočítate aj v prehľade aktuálnych aktivít.

A je to práve téma udržateľnej mobility, ktorou otvárame sériu tohtoročných jesenných seminárov o zodpovednom podnikaní, a to už 25. septembra. V aktuálnom čísle prinášame krátky rozhovor s Michaelom Glotz-Richterom, expertom na udržateľnú mobilitu z nemeckých Brém, ktorý na seminári spolu s kolegyňou Bonnie Fenton poradí, ako efektívne podporovať alternatívnu dopravu vo firme aj to, ako k jej využívaniu motivovať zamestnancov.

Druhý seminár 8. októbra bude určený HR manažérom a venovať sa bude téme posilnenia work-life balance zamestnancov. Na november zase pripravujeme podujatie pre manažérov obstarávaní. Tešiť sa môžete na top

newsletter



V júni sa predstavitelia členských firiem BLF stretli v Košiciach. Pred zasadnutím v priestoroch T-Systems Slovakia stihli absolvovať aj prehliadku závodu U. S. Steel Košice.

zahraničných speakrov aj praktické rady, ktoré vám pomôžu zaviesť účinné CSR opatrenia vo vašej firme. Aktuálne programy seminárov nájdete na www.zodpovednepodnikanie.sk.

S pozvánkami na jesenné podujatia nekončíme – 14. novembra sa v Bratislave bude konať už šieste Fórum o firemnej filantropii, ktorého program a speakrov vám bližšie predstavujeme aj v aktuálnom newsletteri. Ak vás zaujíma, ako zmerať dopad firemnej filantropie, čo sledovať okrem čísel a čo možno očakávať od firemnej filantropie v budúcnosti, radi vás uvidíme v bratislavskom co-workingovom priestore Connect.

Prajeme vám jeseň plnú „zodpovednej“ inšpirácie a tešíme sa na stretnutie s vami.

Ivana Kullová

Obsah čísla

2 Aktivity členov

Fórum o firemnej filantropii **6**

8 Téma: Udržateľná doprava

Odporúčania BLF: Zodpovedne k dodávateľom **11**

12 Zo sveta, Kalendár podujatí

Editorka

Ivana Kullová
ivana.kullova@nadaciapontis.sk

Redakčná rada

Lenka Surotchak
Beata Hlavčáková
Michal Kišša

Grafika, DTP a tlač

Ing. Peter Juriga – Grafické štúdio
Hraničná 18, 821 05 Bratislava
www.g-studio.sk

Vydáva

Nadácia Pontis
Zelinárska 2, 821 08 Bratislava 2
www.nadaciapontis.sk
pontis@nadaciapontis.sk

Členovia BLF



aktivity členov združenia

Partnerské dialógy o zodpovednej konzumácii alkoholu

Jeden z najväčších výrobcov piva u nás, spoločnosť HEINEKEN Slovensko, sa v júli stretla s odborníkmi na závislosti, lekármi, predstaviteľmi štátnych aj medzinárodných inštitúcií aj s ľuďmi, ktorí úspešne zvládli závislosť od alkoholu. Témou partnerských dialógov, metódy, vďaka ktorej firma získava cennú spätnú väzbu na svoje aktivity ale aj nové nápady, bola zodpovedná konzumácia alkoholu.

Spoločnosť už realizuje viacero interných aj externých programov podporujúcich zodpovednú konzumáciu alkoholu. „Naša samoregulácia ide nad rámec platnej legislatívy na Slovensku. V našich reklamách napríklad nevystupujú ľudia pod 25 rokov, reklamy nie sú animované, či so zvieratom, čo by prilákalo pozornosť mladých a detí. Na všetkých marketingových a propagačných materiáloch je uverejnená



HEINEKEN Slovensko sa chystá organizovať partnerské dialógy aj v budúcnosti.

Desiatka pozvaných hostí debatovala s predstaviteľmi spoločnosti o hranici zodpovedného pitia, ohrozených skupinách a problémových oblastiach, ale najmä o konkrétnych aktivitách, ktoré by pivovarnícka firma mohla robiť.

logo Pite rozumne a odkaz na webovú stránku, kde je viac informácií,“ povedala Hana Šimková, hovorkyňa HEINEKEN Slovensko. «

Nový člen BLF



Spoločnosť Dalkia, ktorá je európskym lídrom v poskytovaní služieb v oblasti energetiky, sa na štvrtročnom stretnutí Business Leaders Forum v Košiciach stala 25-tym členom platformy.

Spoločnosť dáva dôraz na trvalo udržateľný rozvoj, pro-klientský prístup, prísne bezpečnostné pravidlá pri práci zamestnancov a rozvoj komunity, v ktorej pôsobí. Pravidelne organizuje vzdelávacie súťaže pre žiakov základných škôl, ktorých cieľom je vytvárať pozitívny vzťah detí k životnému prostrediu. Aj vo svojom bežnom fungovaní chráni životné prostredie – využíva obnoviteľné zdroje energií a je priekopníkom v pestovaní energetických plodín. «

Dobrovoľníci z T-Systems Slovakia pomohli lesom

Ak by ste sa v sobotu 17. augusta vydali do lesov Čergovská javorina, skôr ako na huby a lesné plody by ste tam narazili na dobrovoľníkov zo spoločnosti T-Systems Slovakia a ich rodiny. Tí spolu s členmi organizácie VLK pomáhali vyznačovať hranice prírodnej rezervácie. Cieľ bol jasný – zamedziť akémukoľvek výrubu stromov vo vnútri rezervácie.

Z radov zamestnancov T-Systems Slovakia, ich rodinných príslušníkov a priateľov sa do projektu maľovania hraníc prírodnej rezervácie zapojilo 30

ľudí. „Som veľmi rád, že sme sa aj s rodinou mohli zúčastniť tejto akcie. Myslím, že sme prispeli k dobrej veci a zároveň sme veľmi príjemným spôsobom strávili deň, takže určite pôjdeme aj nabudúce,“ povedal Jaroslav, ktorý pracuje ako Junior process specialist. Kolegyňa Corinna k jeho slovám dodala: „Skvelý zážitok! Čo je lepšie ako byť v sobotu vonku v prírode?“

Najbližšie dobrovoľnícke aktivity spojené so životným prostredím plánuje spoločnosť T-Systems Slovakia už v októbri. «



Zamestnanci T-Systems Slovakia dobrovoľníčili v lesoch Čergovskej javoriny.

Dialeto s Embracom



Embraco podporilo vznik Dia šlabikára.

Združenie rodičov a priateľov diabetických detí Spišiacik sa postaralo o vznik informatívnej 107-stranovej knižky nazvanej Dia šlabikár. Embracu bolo ctou stať sa generálnym partnerom projektu a byť pri samotnom krste knihy, na ktorý bol pozvaný celý Tím dobrovoľníkov Embraco.

„Po obsahovej stránke šlabikár zahŕňa hľadám všetko, čo je o diabete potrebné vedieť – od základných ‚poučiek‘ až po rady a tipy, čo by si diabetik napríklad nemal zabudnúť zabiť na dovolenku,“ komentovala Katka Držíková, líderka Oddelenia komunikácie a spoločenskej zodpovednosti. Združenie bude s Dia šlabikárom putovať po školách a vzdelávať o diabete nielen deti, ale aj samotných učiteľov. Kniha je vďaka sponzorom voľne dostupná na stránke Martinusu. «

Európsky týždeň mobility: Elektrina na kolesách aj interné eko-kampane pre zamestnancov

Príležitosť zamyslieť sa nad problémom dopravy v európskych metropolách a zároveň nachádzať riešenia ponúkol už dvanásť ročník Európskeho týždňa mobility (ETM), do ktorého sa aktívne zapojili aj členovia Business Leaders Forum. Platforma aj tento rok spoluorganizovala cyklo a inline jazdu Bratislavou v Deň bez áut – 22. septembra, ktorej sa mohli zúčastniť zamestnanci firiem aj široká verejnosť.

Podpora elektromobility

Skupina ZSE pripravila 21. septembra pred obchodným centrom Eurovea E-motion day – podujatie na podporu ekologickým riešeniam v meste. Medzi tie určite patrí aj elektromobilita. ZSE intenzívne podporuje nástup a rozvoj elektromobilov na Slovensku. Fanúšikovia alternatívnej dopravy si mohli vyskúšať jazdu na elektrickom bicykli, trojkolke či otestovať nový model slovenského elektromobilu z dielne spoločnosti Volkswagen.

Posilniť využívanie elektromobilov sa snaží aj **Stredoslovenská energetika**. V rámci ETM a projektu E-jazda v meste odovzdala do užívania Mestskej polície v Banskej Bystrici elektromobil Peugeot iOn.

Skúsiť jazdu v elektroaute, tentoraz s profesionálnym jazdcom rally Jozefom Bérešom ml., si vďaka **Skupine VSE** mohli vyskúšať aj Košičania. Do kampane ETM sa mohli zapojiť aj všetci zamestnanci – každý, kto v týždni od 16. do 20. septembra využil alternatívny spôsob dopravy, bol zaradený do zberovania o zaujímavé ceny.

Aktivity pre zamestnancov

Okrem zdravej a chutnej odmeny za využívanie alternatívnych dopravných



Aj ZSE intenzívne podporuje elektromobilitu na Slovensku.

prostriedkov pripravila spoločnosť **Orange** pre svojich zamestnancov aj niekoľko zaujímavých aktivít, prostredníctvom ktorých mali možnosť zapojiť sa do súťaže o víkendové zapožičanie elektromobilu. Zástupcovia Cyklokoalície prišli zamestnancom poradiť, ako sa o svoj bicykel správne starať a spoločne s nimi tiež čistili cyklotrasu pozdĺž Prístavnej ulice v Bratislave. Banskobystrickí kolegovia Orangeu sa mohli zapojiť do organizácie Mobilného detského dopravného ihriska či Cyklofestu.

V rámci podpory ETM sa Orange rozhodol v meste využívať služby cyk-

lokuriérov a aj touto formou nielen počas tohto týždňa, ale aj do budúcnosti, prispievať k podpore ekologickej dopravy.

Spoločnosť **Dalkia** spojila Európsky týždeň mobility s internou kampaňou, ako byť ekologickejší. EKO týždeň bol týždňom informácií a nápadov pre zamestnancov, ako malými krokmi dosiahnuť veľké zmeny nielen v oblasti dopravy, ale aj triedenia odpadov, šetrenia energiami a vodou či organizovaním video konferencií. Firma zároveň pre svojich zamestnancov vyhlásila súťaž o efektívny a realizovateľný EKO zlepšovák. «

Telekom: Láska nepotrebuje zvuk

Pred 100 rokmi by boli Nepočujúci hviezdy, ale ani dnes pred nimi nemusíme hrať divadlo – odznieva v tohtoročnej kampani Telekomu pri príležitosti Medzinárodného týždňa Nepočujúcich, v ktorej dostali priestor nepočujúci herci z divadla Tiché iskry. Spoločnosť už 11 rokov pomáha Nepočujúcim a tvorí spolu s nimi projekty, ktoré im skvalitňujú život. Ako jediná spoločnosť na Slovensku školí predajcov v posunkovom jazyku a ponúka im špeciálny produkt Paušál pre Nepočujúcich.

„Keďže väčšina našich podnikateľských aktivít sa venuje práve komunikácii, je našou snahou uľahčiť ju tým, ktorým robí kvôli ich hendikepu ťažkosť,“ povedal šéf korporátnej komunikácie Telekomu Andrej Gargulák. Telekom zároveň spustil prvý grantový program na Slovensku zameraný na ranú starostlivosť o nepočujúce deti v domá-

com prostredí. V teréne pracuje 12 mobilných pedagógov, ktorí sa venujú 36 takto hendikepovaným deťom.

Naučme sa navzájom si rozumieť:

- S Nepočujúcim hovorte vždy pomaly a plynule.
- Zreteľne artikulujte a otvárajte ústa.
- Pri komunikácii nezvyšujete hlas ani nekričte. Nebude vás počuť, len sťažíte odzveranie z pier.
- Svetlo vám nesmie svietiť spoza chrbta a nestojte v tieni, aby bolo dobre vidieť vaše ústa.
- Dajte pozor, aby nič nebránilo Nepočujúcemu odzerať vám z pier (ruka pred ústami, cigareta, žuvačka alebo jedlo v ústach).
- Nehýbte zbytočne hlavou a neatáčajte sa.
- Môžete si pomôcť písaním na papier. Píšte len jasné a krátke vety. «

Diskusie na Pohode



V stane Johnson Controls sa na festivale Bažant Pohoda začiatkom júla diskutovalo aj o zodpovednom podnikaní a biznise bez korupcie. Zľava doprava Eugén Mladosievč z Johnson Controls, Santiago Aguado z HP Slovakia, Ivana Kullová z Nadácie Pontis (moderátorka) a Ján Orlovský zo ZSE. «

Správy o zodpovednom podnikaní 2012

Dvaja členovia BLF už publikovali reporty o zodpovednom podnikaní za uplynulý rok.



Slovak Telekom využíva metodiku GRI.

V ôsmej správe Slovak Telekom pripravenej podľa metodiky Global Reporting Initiative (GRI) sa dočítate, že v roku 2012 viac ako 173 000 eur putovalo na dobročinné projekty z nadačného fondu, spoločnosť znížila spotrebu priamej energie o 11%, vyškolila nových predajcov v posunkovom jazyku a zrealizovala rozšírené hodnotenia vybraných dodávateľov na bezpečnostné a environmentálne dopady ich podnikania.

Šiesty výročný report VÚB banky, taktiež zostavený podľa GRI, sa venuje aj novým opatreniam v oblasti zosúladenia pracovného a osobného života zamestnancov, spolupráci s dodávateľskou spoločnosťou Harmanec – Kuvert, vďaka ktorej banka ako prvá na Slovensku začala v roku 2012 používať ekoobálky, aj internej komunikácii firmy, ktorej cieľom je šíriť osvetu pri šetrení svetlom a energiami.

Svoje CSR reporty za rok 2012 plánujú na jeseň vydať aj Orange či HEINEKEN Slovensko. «

O číslach, vzťahoch a potrebách Slovenska

Šiesty ročník Fóra o firemnej filantropii bude interaktívny a v netradičnom priestore. Pod vedením skúsených odborníkov posunie pohľad na firemnú filantropiu a ukáže, kde sú reálne potreby Slovenska. Vo štvrtok 14. novembra 2013 v Connecte (bývalej Cvernovke) na Páričkovej 18 v Bratislave.

Registrácia a viac info na www.nadaciapontis.sk

Opäť je tu obľúbené podujatie, na ktorom zástupcovia firiem dobíjajú baterky a učia sa lepšie pomáhať. Počas 6. ročníka Fóra o firemnej filantropii sa pozrieme, akú hodnotu majú v darcovstve vytvorené vzťahy, do čoho firmy vo filantropii investujú a či je to v súlade s reálnymi potrebami Slovenska.

Fórum odštartuje prezentácia **Petra Scholtena** na tému *Čo merať a ako zlepšovať dopad vo firemnej filantropii*.



Peter Scholten

Peter je nezávislým expertom na sociálne podnikanie, s množstvom praktických skúseností z Európy, Ázie a USA. Špecializuje sa na prepájanie neziskových organizácií s firmami. Medzi nosné oblasti jeho zamerania patria obchodné plánovanie, sociálne investovanie, meranie dopadov a stratégie získavania príjmov.

Peter, spozorovali ste nejaké významné zmeny v meraní firemnej filantropie?

Približne pred 20-timi rokmi boli filantropia, udržateľnosť či sociálne podnikanie vnímané ako istá alternatíva, tzv. „hračky pre hipisákov“. Nie ako niečo, o čo majú záujem skutočné firmy. To sa počas uplynulých rokov zmenilo, aj keď miestami ešte stále tento imidž pretrváva.

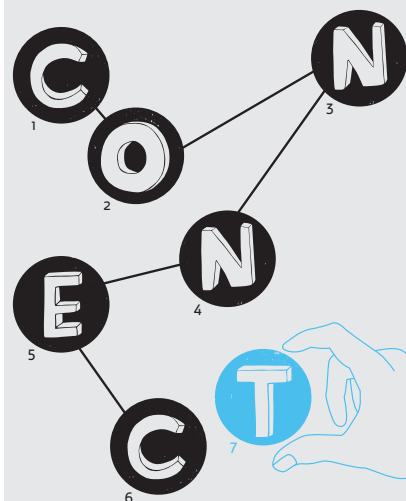
Potvrdzujú to aj čísla v prípade firiem, ktoré sa pridali ku CSR sieťam. Rastie dopad ich investícií a angažovanej filantropie.

Som tiež členom European Venture Philanthropy Association, členskej organizácie pre firmy, obchodné školy, banky a súkromných investorov. Hlavnou témou na viacerých stretnutiach je dôležitosť merania výkonu. A to sú momenty, kedy dochádza ku zmenám. V prvom rade musí existovať pocit urgentnosti, až potom budú ľudia investovať do rozvíjania metód a nástrojov, ako merať výkon.

Teraz nastal čas dohodnúť sa na istom type Všeobecne akceptovaných sociálnych účtovných štandardov, keďže počet metód a nástrojov začína rásť ako huby po daždi.

Daj hodnotu číslam.
Pod' do vzťahu.

O číslach, vzťahoch a potrebách Slovenska.



CONNECT@FÓRUM
O FIREMNEJ FILANTROPII

14. novembra 2013

V Connecte (Cvernovke)
na Páričkovej 18 v Bratislave.

Viac info na www.nadaciapontis.sk

organizátor



hlavný partner



partner



hlavný mediálny partner

Forbes

poďakovanie za podporu pri organizácii



V rámci programu Fóra **Lukáš Bakoš**, výkonný riaditeľ Maxman Consultants, na modelových situáciách ukáže, ako nadchnúť šéfov pre firemné darcovstvo.

Hostami v jeho interaktívnej diskusii budú dvaja lídri – **Michal Meško** z Martinus.sk a **Norbert Brath** z Embraco Slovakia.

Lukáš, je potrebné merať firemnú filantropiu?

To je otázka, na ktorú si ani sám neviem odpovedať. V ideálnom svete by podľa mňa nebolo potrebné merať takmer nič a všetci ľudia by všetko robili naplno, bez toho, aby bolo treba vytvárať akékoľvek kontrolné mechanizmy. V reálnom svete a vo svete manažmentu, v ktorom sa pohybujem, však platí odveké pravidlo:

„keď niečo nemeriam, ťažko to môžem manažovať“ a ťažko môžem vedieť, či sa niečo zlepšuje, posúva dopredu, rastie, keď mi o tom chýbajú informácie. Takže asi by bolo dobré filantropiu merať, len neviem, či dobrovoľnosť, ústretovosť a nezištná pomoc idú dokopy s meraním a kontrolou.

Druhá polovica Fóra zdvihne všetkých zo stoličiek. V duchu priestorov Connect sa spojíme a každý účastník vloží svoje filantropické žetóny na mapu Slovenska. Koľko a kam ktorá firma investuje nám ukáže, či je možné v niektorých oblastiach spojiť sily a nájsť nové inovatívne partnerstvá. Sociológ **Martin Bútora** zhodnotí, či aktuálny stav nasleduje reálne potreby Slovenska a predstaví aj nové možnosti na filantropické investovanie.

Obed si vychutnáme formou Bar campu. Jednotlivé 20-minútové kolá diskusií povedú opinion lídri z oblastí, na ktoré Martin Bútora upriami pozornosť vo svojej prezentácii.

Tak neváhaj a príd na Connect@Fórum o firemnej filantropii 2013.



Lukáš Bakoš

Registrácia na www.nadaciapontis.sk potrvá od 1. októbra do 7. novembra 2013.

Anna Podlesná

Nadácia Pontis a Business Leaders Forum vás pozývajú na Jesenné semináre o zodpovednom podnikaní

nadácia
pontis

Business
Leaders
Forum

Podpora nemotorovej a nízko-emisnej dopravy vo firmách

25. september 2013, 9:00 – 12:15, Bratislava

■ Podpora nízko-emisných spôsobov dopravy vo firme, komunikácia so samosprávou a zamestnancami (**M. Glotz-Richter**, DE); budovanie cyklo-infraštruktúry vo firme (**B. Fenton**, CA/DE); diskusné krúžky a zdieľanie best practices

Seminár je pripravený v rámci UNDP/GEF projektu „Udržateľná doprava v Bratislave“ (www.udvb.sk).

Ďakujeme:



Podpora work-life balance zamestnancov

8. október 2013, 9:00 – 13:00, Bratislava

■ Výhody work-life balance programov pre firmu a jej zamestnancov (**D. Hartmann**, USA); burza inšpiratívnych nástrojov (7 firiem x 7 minút); diskusia a zdieľanie best practices

Ďakujeme:



Pripravujeme:

Rola obstarávania v zodpovednej firme

november 2013

Čistý vzduch je naša voľba

Ako každý rok, aj tentoraz sa od 16. do 22. septembra konal Európsky týždeň mobility. Podujatie sa tradične zameriava na zmenu návykov ľudí cestujúcich v autách a na posilnenie ich motivácie využívať alternatívne spôsoby dopravy, najmä MHD a cyklistiku. Heslom tohto ročníka bol Čistý vzduch – tvoja voľba.

Prečo však túto aktivitu spomínáme v BLF Newsletteri, ktorý sa venuje téme podpory zodpovedného podnikania? Odpoveď je jednoduchá – aj firmy môžu svojimi aktivitami významne podporiť rozvoj alternatívnych spôsobov dopravy a odľahčiť tak napríklad firemné parkovisko, či znížiť množstvo emisií CO₂, ktoré vyprodukujú.

Aká je súčasná situácia?

Podľa nedávneho prieskumu Udržateľná doprava v Bratislave (GfK, 2013¹) je najviac využívaným spôsobom dopravy v hlavnom meste Slovenska pešia chôdza (67% opýta-

¹ Pripravené v rámci UNDP/GEF projektu Udržateľná doprava v Bratislave, www.udvb.sk

ných využíva tento spôsob prepravy denne alebo viackrát týždenne – respondenti mali možnosť zvoliť aj viac druhov dopravy, ak ju kombinujú) a verejná doprava (58%). Vlastné alebo cudzie auto v meste využíva denne alebo viackrát týždenne 56% opýtaných. Na bicykli podľa rovnakých kritérií jazdí 9% Bratislavčanov alebo tých, ktorí do Bratislavy dochádzajú.

Mohlo by sa zdať, že situácia nie je až taká tragická. Avšak stačí sa pozrieť na dopravnú situáciu na vstupoch do hlavného mesta a na parkovacie situáciu v okolí biznis centier a obchodných center a pochopíme, že je potrebné začať konať čím skôr. Situácia je podobná aj v iných mestách. Košice, Prešov, Žilina, Banská Bystrica a ďalšie mestá zaznamenali so zvyšovaním počtu automobilov aj trend zahusťovania a spomaľovania dopravy a zhoršovania situácie so statickou dopravou (parkovanie). Dopravnú a parkovacie situáciu v hlavnom meste považuje za zlú až 77% ľudí žijúcich a zdržiavajúcich sa v Bratislave.

Čo je potrebné zlepšiť?

Zo spomínaného prieskumu vyplynulo, že bratislavskí automobilisti sú ochotní presadnúť na MHD, prípadne bicykel, avšak musia byť splnené viaceré podmienky. Veľmi dôležitou podmienkou je obnova vozového parku a zavedenie efektívnejších liniek MHD, ktoré cestujúcim zaručia komfort a výraznú úsporu času.

Motoristov odrádza aj preplnenosť vozidiel MHD a nedostatočný komfort pri preprave. Z druhej časti prieskumu, ktorá bola realizovaná formou focusových diskusií (*focus group discussions*), však vyplynulo, že motoristi často v MHD sedeli naposledy pred niekoľkými rokmi a nevedia posúdiť aktuálnu



Udržateľná doprava znamená menej áut v meste. (flickr.com, autor: buzrael)

situáciu. Dobrou správou je, že obnova vozového parku sa začala a vo viacerých mestách vrátane Bratislavy už vidíme jazdiť nové, moderné autobusy či trolejbusy vybavené napríklad klimatizáciou.

Firmy a udržateľná mobilita

Máte veľa zamestnancov, ktorí dochádzajú do práce autom a tieto autá sa snažia zaparkovať na poddimenzovanom parkovisku prípadne v okolitých uličkách pri domoch? Asi si nerobíte dobré meno v okolitej komunite. Chodia zamestnanci neskoro do práce a sťažujú si na dlhé zápchy? Dlhé vyseďovanie v autách asi tiež neapomáha ich zdraviu. Vyskúšajte niekoľko tipov, ktoré môžu pomôcť odľahčiť situáciu vo vašej firme a tiež motivovať zamestnancov k využívaniu iných než tradičných spôsobov prepravy.

Tip 1: Podporte cyklodopravu

Motiváciou zamestnancov je možné dosiahnuť zvýšenie počtu tých, ktorí do práce prídu na bicykli. Urobte si medzi zamestnancami krátky prieskum, ktoré z konkrétnych krokov by najviac ocenili. Môže ísť napríklad o zakúpenie cyklostojanov do firemných priestorov, prípadne na firemné parkovisko, vybudovanie spích v priestoroch firmy alebo o finančnú motiváciu pre nákup bicykla. Zaujímavou formou môže byť aj súťaž medzi cyklistami o najviac prejazdených kilometrov do práce, prípadne o najlepšieho nováčika. V komunikácii využite témy zdravia a pohybu alebo čistoty ovzdušia. Veľmi pomôže získanie ambasádora z vedenia firmy, ktorý pôjde osobným príkladom. Komunikujte aj s miestnou samosprávou a zistite, či sa pripravuje vybudovanie cyklotrasy k vašim kanceláriám, prípadne iniciujte alebo finančne podporte takúto výstavbu.

Tip 2: Podporte MHD

Dajte zamestnancom možnosť jednoduchého prístupu k odchodom a príchodom spojov MHD z rôznych častí mesta. V prípade, že k vám nevedie linka MHD alebo chodí v nevhodnom čase, stretnite sa s miestnym dopravným podnikom a snažte sa vyjednávať.



Systému zdieľania bicyklov by sme sa na budúci rok mali dočkať aj v Bratislave. (flickr.com, autor: Galli Luca)

Pre pozitívnu motiváciu a komunikáciu je jednou z možností aj premenovanie zastávky, ktorá je pri vás, podľa mena vašej firmy.

Tip 3: Zavedte car-sharing a car-pooling

V slovenských firmách je tradíciou, že každý vyššie postavený manažér má k dispozícii automobil. Ten, keď sa nevyužíva, stojí na parkovisku a zbytočne zaberá priestor. Zvážte, či je potrebné, aby každý z takýchto vyššie postavených predstaviteľov firmy mal svoje auto, alebo či pre plnenie pracovných povinností nie je postačujúce mať menší počet áut, ktoré zamestnanci využívajú podľa potreby. Podobný systém existuje aj v mestskej verzii – nazýva sa to car-sharing

a jedná sa o zdieľanie automobilu viacerými ľuďmi zapojenými do systému za mierny poplatok. Už onedlho sa podobného systému dočkáme aj v Bratislave.

Carpooling-om zasa nazývame systém, kedy sa viac ľudí cestujúcich na jednej trase spojí a zvezú jeden druhého. Takéto systémy majú zavedené viaceré firmy, je však potrebné zamestnancov stále motivovať a informovať o ich výhodách. Nielenže ušetria financie za palivo, ale môžu aj lepšie spoznať svojich kolegov. Podľa spomínaného prieskumu Udržateľná doprava v Bratislave by sa v aute so svojimi známymi ochotne zviezlo viac ako 70% používateľov áut.

Michal Kišša

M. Glotz-Richter: Kombinujte reštrikcie s motiváciou

Podpora nízko-emisných a nemotorových spôsobov dopravy je nielen v rukách miest, ale aj zamestnávateľov, ktorí svojimi krokmi môžu aktívne prispieť k jej rozvoju. Čo konkrétne by firmy mohli a mali robiť sme sa spýtali Michaela Glotz-Richtera, projektového manažéra pre udržateľnú mobilitu v nemeckých Brémach, ktorý spoločne so svojou kolegyňou Bonnie Fenton vystúpi 25. septembra na seminári v Bratislave. Podujatie sa koná v rámci UNDP/GEF projektu Udržateľná doprava v Bratislave (www.udvb.sk).

V rámci vašej práce sa venujete aj tzv. mobility manažmentu. Co všetko tento pojem zahŕňa?

Mobility manažment na firemnej úrovni sa venuje doprave vo firme komplexne – od problémov s parkovaním, cenou parkovania a samotných áut, cez riešenie problémov s neefektívnym manažmentom vozového parku,

dĺžkou a cenou cestovania zamestnancov do práce, zdravotnými problémami vyplývajúcimi z nedostatku pohybu až po otázky ochrany životného prostredia. Nie je to teda jednoduchá téma, avšak ak sa vo firme pojme rozumne, môže jej to priniesť značné úspory a výhody. Čo sa týka napríklad manažmentu vozového parku, jednou z ciest ako ho zefektívniť je zavedenie car-sharingu (pozri str. 9) a zníženie počtu firemných áut a teda aj počtu vyhradených parkovacích miest pre tieto autá. Dôležitou súčasťou je aj podpora car-poolingu, cyklistiky a využívania MHD.

Akým spôsobom je dobré komunikovať so zamestnancami?

Jednou z osvedčených možností je stratégia *push-and-pull* (zatlač-a-potiahni) v tom zmysle, že sa vo firme zavedú reštrikčné opatrenia (napríklad poplatky za parkovanie) spolu s pozi-

tívnou motiváciou. Tou môžu byť najmä zvýhodnené ceny MHD, parkovanie za nižšiu cenu, respektíve zdarma pre tých, ktorí zvezú do práce kolegov, alebo napríklad aj zaistené zvezenie domov v prípade nutnosti či v prípade, že šofér auta, ktoré viezlo zamestnanca do práce, má nejaký problém a nemôže v danom čase ísť spať.

Ako zvyknú zamestnanci reagovať na tieto aktivity?

Pre akceptáciu programov od zamestnancov je dôležité informovať ich o dôvodoch, prečo sa tieto programy zaviedli ako aj o výhodách, ktoré zo zmeny správania získajú. Taktiež by mali mať jednoduchý prístup k informáciám – odchodom MHD, možnostiam car-poolingu a car-sharingu. Tu veľmi pomôžu moderné technológie – intranet a mobilné aplikácie.

Michael Glotz-Richter (DE) je senior projektovým manažérom pre udržateľnú mobilitu v meste Brémy. Vyštudoval mestské a regionálne plánovanie na Technickej univerzite v Berlíne so zameraním na oblasť dopravy a životného prostredia. Venuje sa podpore integrovanej udržateľnej dopravy, ktorá kombinuje MHD, taxíky, bicykle a car-sharing a umožňuje užívateľom využívať jeden predplatený kupón.

Michal Kišša



Michael Glotz-Richter na bicykli v Brémach.

Zodpovedné firmy majú zodpovedných dodávateľov

Zodpovedné nakupovanie/obstarávanie je neoddeliteľnou súčasťou stratégie zodpovedného podnikania (ZP) firmy. Business Leaders Forum vydalo ďalšie Odporúčania pre firmy, ktoré tentoraz ponúkajú prehľad kľúčových princípov pre zodpovedný dodávateľský reťazec.

Mať zodpovedných dodávateľov nie je len otázkou hodnôt odberateľskej firmy. „Zahrnutím sociálnych a environmentálnych aspektov do svojich požiadaviek nákupu firmy získavajú i viaceru výhod – lepšie manažujú riziká, ktoré môžu byť reputačné, právne aj prevádzkové,“ hovorí Beata Hlavčáková, výkonná riaditeľka Business Leaders Forum.

Kritériá ZP by mali mať dôležité miesto popri iných kritériách pri výbere dodávateľov, dôležitá je transparentnosť a obojstranná otvorenosť, dialóg s dodávateľmi ako partnermi aj vzdelávanie a spolupráca v oblasti ZP.

„Spoločnosť Embraco Slovakia má napríklad zavedený tzv. Suppliers Excellence Program, v rámci ktorého strávi skupinka ich pracovníkov niekoľko týždňov u konkrétneho dodávateľa. Spoločná analýza postupov a hľadanie návrhov na zlepšenie je prínosom pre obe strany – napríklad pri znížení spotreby materiálu, či zlepšení bezpečnosti,“ spomína B. Hlavčáková konkrétny príklad dobrej praxe, ktorých je v Odporúčaniach viaceru.

Odporúčania sú úvodným výstupom pracovnej skupiny odborníkov na obstarávanie/nákup členských firiem BLF: Embraco Slovakia, Johnson Controls International, Orange, Pfizer,

Slovak Telekom, Slovalco, Slovenské elektrárne, Tatra banka, U. S. Steel

Košice, Východoslovenská energetika a Západoslovenská energetika.

Pracovná skupina pripraví v budúcnosti ďalšie odporúčania, ktoré sa budú viac do hĺbky venovať jednotlivým oblastiam zodpovedného dodávateľského reťazca, ako je napríklad rola obstarávania v zodpovednej firme, hodnotenie dodávateľov a spolupráca pri odstraňovaní nedostatkov, či vytváranie silných partnerstiev.

Ivana Kullová

AKO ZAČAŤ - ZÁKLADNÉ KROKY

1. Zhodnoňte svoj súčasný dodávateľský reťazec – položte si základné otázky: Akým environmentálnym, sociálnym a ekonomickým rizikám čelíte u svojich kľúčových dodávateľov? Aké sú vaše očakávania v oblasti udržateľnosti/zodpovednosti?

2. Nastavte pravidlá – zahrňte CSR kritériá, ktoré považujete za dôležité, do výberu, riadenia a hodnotenia dodávateľov.

3. Vzdelávajte svojich dodávateľov – poskytnite svojim dodávateľom dostatok informácií o CSR, podajte im pomocnú ruku pri odstraňovaní nedostatkov, zorganizujte pre nich tréningy a školenia.

4. Posilnite svoje partnerstvo – oceňujte dodávateľov, ktorí sú zodpovednými partnermi a motivujte ich, aby prichádzali s inovatívnymi udržateľnými riešeniami, ktoré vašej firme pomôžu šetriť náklady, prinesú nové výrobky, či zvýšia jej reputáciu.

Zo sveta

Automobilka zarobila recykláciou 1 miliardu dolárov

Opätovné spracovanie výrobného odpadu či jeho odpredaj. Automobilový gigant General Motors (GM) sa vďaka recyklácii „zbavil“ 2,6 miliónov ton odpadu. Firme to vyneslo až 1 miliardu dolárov. GM využíva alebo predáva všetky vedľajšie produkty výroby. Napríklad, oceľové výrezy predáva miestnej firme, ktorá z nich vyrába držiaky na vykurovacie a klimatizačné zariadenia pre ostatné priemyselné odvetvia. General Motors sa tak vyhne taveniu materiálu, ktoré je nákladné a náročné na spotrebu energie. GM celkovo disponuje 105 výrobnými závodmi, pri ktorých nemusia byť zriadené interné skládky. Okrem toho, 84 z nich je schopných opätovne využiť a recyklovať 97 % svojho odpadu. V roku 2005, keď sa GM zaviazal k zavedeniu bezodpadových technológií, firma investovala na každú tonu zredukovaného odpadu 10 dolárov. Postupne sa automobilke podarilo znížiť náklady o 92 % a celkové množstvo odpadu až o 62 %.

Zodpovedné podnikanie ovplyvňuje 74 % nákupných rozhodnutí

Väčšina svetovej verejnosti sa zhodne na tom, že firmy by mali venovať vyššiu pozornosť životnému prostrediu (61 %) a prispievať k rozvoju spoločnosti (52 %). Vyplýva to z globálneho prieskumu Ipsos na vzorke 18 150 dospelých respondentov v 24 krajinách sveta. Na otázku, ktoré sú tie najdôležitejšie veci, ktoré by firma mala robiť, aby bola rešpektovaná, boli najčastejšími odpoveďami bezpečnosť a zdravie pri práci (25 %), podpora socio-ekonomického rozvoja v krajine pôsobenia firmy (25 %) a dodržiavanie zákonov a ľudských práv (24 %). Až 37 % zamestnancov vo svete považuje to, že ich zamestnávateľ podniká zodpovedne, za veľmi dôležité. Tento názor najvýraznejšie zastávali obyvatelia Brazílie (65 %), Mexika (59 %), Argentíny (57 %), Indonézie (55 %) a Indie (51 %). Na druhom konci boli obyvatelia Japonska (11 %), Francúzska (17 %), Číny (19 %) a Južnej Kórei (22 %), ktorí mali najnižší podiel aktívnych podporovateľov CSR medzi zamestnancami. V prieskume ďalej až 74 % respondentov tvrdí, že zodpovedné podnikanie firmy má dôležitý vplyv na formovanie ich nákupných rozhodnutí. Avšak iba tretina z nich kladie CSR kritériá pri nákupe na prvé miesto.

Nová aplikácia pre návrhárov

Nová aplikácia výrobcu športového oblečenia Nike umožní návrhárom produktov pri zvažovaní výberu materiálov porovnať ich dopad na životné prostredie a vybrať tie najudržateľnejšie. Aplikácia MAKING je špeciálne určená pre návrhárov a výrobcov. Materiály, ktoré odevnícky priemysel používa, porovnáva v štyroch oblastiach dopadov na životné prostredie: spotreba vody, chemické zloženie, energetická náročnosť a odpadové hospodárstvo. Prostredníctvom priameho porovnania môžu návrhári rýchlo zistiť ako navrhnuť udržateľnejšie oblečenie. Spoločnosť spustila proces katalogizácie približne 750-tisíc materiálov, s ktorými pracuje, už pred niekoľkými rokmi. Každému materiálu bol pridelený určitý počet bodov podľa jeho vplyvu na životné prostredie a dlhodobú udržateľnosť. Zo získaných údajov pôvodne Nike vytvorila index udržateľnosti materiálov (Materials Sustainability Index – MSI), ktorý uverejnila na webe. V záujme lepšieho využitia dát sa však Nike rozhodla aj pre vytvorenie mobilnej aplikácie, ktorú si môžete zadarmo stiahnuť cez iTunes.

Viac sa dočítate na www.zodpovednepodnikanie.sk

Kalendár podujatí

11. október 2013 Miláno

European Social Innovation Competition

Druhý ročník súťaže organizovanej Európskou komisiou European Social Innovation Competition bude oficiálne spustený 11. októbra v talianskom Miláne. Súťaž sa zameriava na to, ako sociálne inovácie môžu priniesť zmenu vo vytváraní a udržaní pracovných miest.

Viac: <http://csreurope.org/european-social-innovation-competition-launch>

16. október 2013 Londýn

European CSR Award Best Practice Exchange Forum

V prvej polovici roku 2013 prebehla v tridsiatich európskych krajinách súťaž o najlepšie projekty, ktoré zahŕňajú partnerstvá medzi firmami a neziskovými organizáciami. Víťazné riešenia sú užitočným zdrojom informácií a inšpiráciou pre ostatné firmy. CSR Europe spoločne s britskou neziskovkou BITC organizuje prezentáciu víťazných projektov. Partnerom podujatia je spoločnosť Alliance Boots.

Viac: <http://csreurope.org/european-csr-award-best-practice-exchange-forum>

19. november 2013 Brusel

Sympóziu „Jumping the Skills Gap“

Hlavnou témou sympózia bude nezamestnanosť mladých a otázka, ako ju eliminovať pomocou lepšieho vzdelávania spojeného s praxou. Diskutovať sa bude o konkrétnych príkladoch inovácií vo vzdelávaní a partnerstvách zameraných na tri témy: výchova k podnikaniu, technické vzdelávanie vrátane informačných technológií a odborné vzdelávanie s vysokým počtom tréningov priamo vo firmách. Podujatie organizuje Európsky okrúhly stôl priemyselných podnikov v spolupráci so CSR Europe, JA-YE a Schoolnet.

Viac: <http://csreurope.org/symposium-jumping-skills-gap>