

pr marketing protokoll film cikk rendezvény nyomtatvány prezentáció riport arculat sajtófigyelés



FENNTARTHATÓSÁGI JELENTÉS
2010



A jelentés készítésében közreműködött: CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft. Győr

TARTALOMJEGYZÉK

Tartalomjegyzék	3
English Summary	4
Of the report	4
Basic details	4
Our services	4
Our stakeholders	4
Conservation of our environment	4
Our plans	4
Összefoglaló	5
A jelentésről	5
Alapadatok	5
Szolgáltatásaink	5
Érintettek	5
Környezetünk védelme	5
Jövőbeli terveink	5
Ügyvezető Igazgatói Köszöntő	6
A jelentésről	7
Alapadatok	7
Küldetésünk	8
Cégünkről	8
Szolgáltatásaink	8
Goodwill – PR és Kommunikáció	8
Goodwill Marketing	8
Goodwill Rendezvényszervezés	8
Goodwill Tréningek	9
Goodwill Online	9
Érintettek	10
Alkalmazottak	11
Ügyfelek	11
Alvállalkozók	11
Stratégiai partnerek	12
Oktatási intézmények	12
Felsőoktatási intézmények	12
Középiskola	12
Szakmai szervezetek	13
Környezetünk védelme	14
Főbb környezeti adatok	15
Beszámolás az elért eredményekről	16
Jövőbeli terveink a fenntarthatóság érdekében	17
Rólunk írták	18
GRI Tartalmi Index	19

ENGLISH SUMMARY

OF THE REPORT

It is the third time the company has assembled a CSR report of its comprehensive activities of 2010 in 2011 with regards to editions of GRI G3 and Let's Report!.

Period of report embraces one calendar year.

BASIC DETAILS

Ownership structure

- ◆ Active partner: Mészáros Gábor, head of company (99% ownership)
- ◆ Active partner: Mészáros Jenőné
- ◆ Silent partner: Mészáros Jenő

Financial Data	2010
Profit after tax and allocations (thousand HUFs)	133
Balance sheet total (thousand HUFs)	8001
Net income (thousand HUFs)	14 059
Capital structure % (Own capital/ Resources)	85

OUR SERVICES

Goodwill PR unlimited partnership performs activities in five branches:

- ◆ PR and Communication
- ◆ Marketing
- ◆ Online services
- ◆ Event management
- ◆ Trainings

OUR STAKEHOLDERS

- ◆ Subcontractors
- ◆ Business partners
- ◆ Employees
- ◆ Higher education establishments
- ◆ Secondary schools
- ◆ Professional organizations
- ◆ Chamber of Commerce and Industry

CONSERVATION OF OUR ENVIRONMENT

We compose 1000 mails a week at our company, which implicates economizing on 12 kilograms of paper and 10.8 kilograms of carbon-dioxide release. Adding all this up with 50 working weeks the utilization of a total amount of 558 kilograms of carbon-dioxide exhaustion and 600 kilograms of paper is prevented and as a result 18 pieces fewer trees must be felled due to the reduction of our paper consumption.

Main environmental details	Amount used	Estimated carbon-dioxide exhaustion (kg)
Paper consumption (A4)	15 packages, 45 kg (reprocessing ratio: 10%)	40,5
Ink cartridge	12 pieces	-
Water consumption	16 cubic meter	19,2
Lighting	1676 kWh (6,07 GJ)	419
Heating	5954 kWh (21,43 GJ)	1488,5
Amount of kilometres covered	56 320 km	8392

OUR PLANS

- ◆ Turn off unused PC's, printers during lunch break
- ◆ Profitable environmental investments
- ◆ Conversion to recycled paper
- ◆ Stakeholder roundtable about sustainability report
- ◆ Indicated information about sustainability on the website
- ◆ Increased consumption in terms of fair trade or organic
- ◆ Eliminate leakage
- ◆ Explore the underlying problems
- ◆ Using environmentally friendly cleaning products, selective waste collection

ÖSSZEFOGLALÓ

A JELENTÉSRŐL

A cég harmadik alkalommal készítette az egész működési körére kiterjedő CSR jelentést 2011-ben a 2010-es évről a GRI G3 és a Let's Report útmutató alapján. A jelentéstételi ciklus egy naptári évre vonatkozik.

ALAPADATOK

Tulajdonosi szerkezet

- ◆ Beltag: Mészáros Gábor, cégvezető (99%-os tulajdonrészsel)
- ◆ Beltag: Mészáros Jenőné
- ◆ Kültag: Mészáros Jenő

Pénzügyi adatok	2010
Mérleg szerinti eredmény (ezer forint)	133
Mérlegfőösszeg (ezer forint)	8001
Nettó árbevétel (ezer forint)	14 059
Tőkeszerkezet % (Saját tőke/ Források)	85

SZOLGÁLTATÁSAINK

Tevékenységi körünk az alábbi 5 területre terjed ki:

- ◆ PR és Kommunikáció
- ◆ Marketing
- ◆ Online szolgáltatások
- ◆ Rendezvényszervezés
- ◆ Tréningek

ÉRINTETTEK

- ◆ Alvállalkozók
- ◆ Ügyfelek
- ◆ Alkalmazottak
- ◆ Felsőoktatási intézmények
- ◆ Középiskolák
- ◆ Szakmai szervezetek
- ◆ Kereskedelmi és Iparkamara

KÖRNYEZETÜNK VÉDELME

A cégnél 1 hét alatt átlagosan 1000 e-mailt írunk. Az a tény, hogy ez elektronikusan történik, 12 kg papír és 10,8 kg széndioxid-kibocsátás megtakarítását jelenti hetente. Ez 50 munkahéttel számolva éves szinten 600 kg papír és 558 kg széndioxid-kibocsátás csökkentést jelent és mintegy 18 fával kevesebbet kell kivágni a papírfogyasztásunk visszaszorítása miatt.

Főbb környezeti adatok	Felhasznált mennyiség	Becsült széndioxid-kibocsátás (kg)
Papírfogyasztás (A4)	15 csomag, 45 kg (10%-os visszaforgatási arány)	40,5
Tintapatron	12 db	-
Vízfogyasztás	16 köbméter	19,2
Világítás	1676 kWh (6,07 GJ)	419
Fűtés (gáz)	5954 kWh (21,43 GJ)	1488,5
Megtett km-ek száma	56 320 km	8392

JÖVŐBELI TERVEINK

- ◆ Nem használt számítógépek, nyomtató kikapcsolása ebédszünetben
- ◆ Megtérülő környezeti beruházások
- ◆ Újrahasznosított papírra való áttérés
- ◆ Érintetti kerekasztal a fenntarthatósági jelentésről
- ◆ Fenntarthatósággal kapcsolatos információk feltüntetése a honlapon
- ◆ Fair trade vagy biotermékek nagyobb arányú fogyasztása
- ◆ Beázás megszüntetése
- ◆ Az ökotérképezés módszerével kívánjuk felderíteni a lappangó környezeti problémákat
- ◆ Környezetbarát tisztítószer használata, szelektív hulladékgyűjtés

ÜGYVEZETŐ IGAZGATÓI KÖSZÖNTŐ

Munkával leterhelt és a jelenkor nehéz gazdasági körülményei között a fennmaradásért küzdő mikrovállalkozásként napjaink túlnyomó része arról szól, hogy megbízóink kifogástalan kiszolgálásával, új vevőkör kialakításával, új szolgáltatások bevezetésével, és természetesen a jövedelmezőség növelésével biztosítsuk vállalkozásunk hosszú távú folytonosságát és munkatársaink megélhetését. Az előbb felsoroltak azonban önmagukban már nem elegendők a fennmaradáshoz, valamilyen formában versenyelőnyre kell szert tennünk a konkurens vállalkozásokkal szemben.

Úgy gondoljuk, hogy a vállalatok társadalmi felelősségvállalása az a felelős vállalkozói magatartás, amely egyfelől valóban a felelős gondolkodást megtestesítő szemléletmód, másfelől megoldás arra, hogy napjainkban egy vállalkozás kitűnjön a tömegeből, és a minőségi szolgáltatások mellett valami mással is felhívja magára a figyelmet! Cégünk, a Goodwill PR Bt. megalakulása óta a környezetére odafigyelő vállalkozásként működik. Tettük ezt azért, mert munkatársaink belső indíttatásából adódik, hogy felelősségteljesen éljük az életünket magánemberként is, ezért nem tudunk másképp gondolkodni egy cég munkatársaiként sem. Adódik ugyanakkor abból is, hogy kommunikációval, public relations-szal foglalkozó céggként hisszük is, és megbízóink érdekében és megbízásából a mindennapokban az egyes projekteken gyakoroljuk is a pozitív gondolatok és tettek erejét. Erre biztatjuk megbízóinkat, és megbízóink hasonló tevékenységéről kommunikálunk munkánk nagy részében.

Mindezeknek a céloknek a megvalósításában vállalkozásunk kis mérete már önmagában előnyt jelent. Könnyebb a fenntarthatóság útján megtartani egy vállalkozást, ha az kicsi: kevesebb energiát használunk, tudatosan csökkentjük a fenntartási és működési költségeinket. Egyszerűen nem tehetjük meg, hogy másképp működjünk, mert nem tudnánk gazdaságosan működni. Ezt a természetes állapotot váltotta fel az elmúlt évek során a tudatosság. A Goodwill PR stratégiája a fejlődés, ami mikrovállalkozásról lévén szó, elsősorban a minőségi előrelépést jelenti és nem feltétlenül azonos a méretbeli növekedéssel. Természetesen törekszünk arra, hogy egyre több ügyfél-

nek nyújthassuk szolgáltatásainkat, de emellett kihasználjuk azt is, hogy egy kkv a méretéből adódóan is fenntarthatóbb vállalkozás.

Fontosnak tartjuk az emberek környezettudatosságának növelését, a fenntarthatóság gondolatainak elterjesztését, amit kommunikációs ügynökségként munkánk során is próbálunk megvalósítani. Nemcsak saját kommunikációs tevékenységünk során törekszünk erre, hanem ügyfeleinket is ösztönözzük a környezetbarát gyakorlatok alkalmazására.

Bár a gazdasági válság és a cégek érezhető marketing és kommunikációs költségei miatt mindennapi kihívás számunkra a megélhetés, cégünk talpon maradása és versenyképességének megőrzése, úgy érezzük, hogy ez nem ellentétes a felelősségvállalással, a kettő nem zárja ki egymást. Éppen ellenkezőleg, a társadalmi felelősségvállalás, a kötelezettségek vállalása, vállalkozásunk fejlődés irányítása a talpon maradás egyik legfontosabb eszköze.

Mészáros Gábor
Cégvezető
Goodwill PR
Kommunikációs Ügynökség
Betéti Társaság



A JELENTÉSRŐL

Az éves üzleti jelentéseken túl egyre több vállalat ad ki környezeti és fenntarthatósági jelentést, hogy jelezze, fontosnak tartja a cég környezetvédelmi, társadalmi és gazdasági eredményeinek nyilvános közzétételét. A társadalmi és környezeti felelősség a recesszió idején fontosabb, mint valaha. Ennek megfelelően az élenjáró vállalatok fenntarthatósági jelentés kiadása mellett döntenek, példát mutatva ezzel a gazdaság többi szereplője számára is. Ezért is választottuk a fenntartható fejlődés iránti elkötelezettségünk kifejezésének ezt a formáját.

A fenntarthatósági jelentés ebben a helyzetben versenyelőnyt jelenthet, mert a jelenlegi válság éppen az átláthatóság, a vállalatokról szóló nyilvános adatok hiánya miatt következhetett be. Ha a jövőben biztonságosabb, rugalmasabb gazdaságot szeretnénk felépíteni, melyben a vállalatok nem csak versenytársaikhoz, de az emberi és természeti környezet kihívásaihoz képest is pozicionálják magukat, akkor ennek a célnak az elérésében a jelentések kultúrájának elterjedése az egyik legfontosabb lépés. Ma a világ 250 legnagyobb vállalatának 80%-a a GRI Irányelveket (GRI Guidelines) használja, de ez a jelentéstételi forma nem csak a nagyvállalatok számára elérhető, ezért döntöttünk úgy, hogy mikrovállalatként is ezt a formát alkalmazzuk. Az Irányelvek útmutatást adnak a világ összes vállalata és szervezete számára, hogy milyen elvek mentén mérje tevékenységét, és készítse el jelentéseit annak gazdasági, társadalmi és környezeti hatásairól. Fontos számunkra, hogy a GRI alapján készülő jelentés nem csupán a vállalatok egymás közötti összehasonlítását teszi lehetővé a fenntarthatósági szempontok alapján, de a cég vezetői számára is ötletet adhat, hol és hogyan javíthatjuk tovább teljesítményünket, így a jelentéskészítést elsősorban tanulási folyamatként értelmezzük.

2008-as fenntarthatósági jelentésünket a Széchenyi István Egyetem két hallgatója tudományos kutatás során értékelte, melyet a helyi TMDK-n sikeresen szerepelve 2. helyezést érték el. Kutatásukban arra keresték a választ, hogy egy hozzánk hasonló kisvállalkozásnak milyen lehetőségei vannak – illetve van-e egyáltalán lehetősége arra – hogy felelősen működjön, CSR tevékenysége és az erről kiadott jelentés összemérhető-e egy olyan nagyvállalattal, mint a Magyar Telekom.

2009 decemberében Fenntarthatósági kerekasztal beszélgetést szerveztünk alvállalkozóink és alkalmazottaink számára, ahol a jelenlévők kifejezheték véleményüket 2008-as fenntarthatósági jelentésükkel kapcsolatban.

A cég harmadik alkalommal készítette az egész működési körére kiterjedő CSR jelentést 2011-ben a 2010-es évről. A megelőző jelentés 2010-ben készült a 2009-es évről. A jelentéstételi ciklus az előző évekhez hasonlóan egy naptári évre vonatkozik.

A jelentést kizárólag elektronikus formában készítjük és tesszük elérhetővé érintetteink számára cégünk honlapján: www.goodwill-pr.hu

További információk:
Mészáros Gábor, cégvezető
mg@goodwill-pr.hu

ALAPADATOK

A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség alapadatai 2010-ben a következőképpen alakultak:

A vállalat központja:
9026 Győr, Hédervári u. 39/A

A tulajdonosi szerkezetben 2010-ben nem történt változás. A Bt. beltagjai Mészáros Gábor cégvezető (99%-os tulajdonrész) és Mészáros Jenőné, kültagja pedig Mészáros Jenő.

Pénzügyi adatok	2009	2010	Változás
Mérleg szerinti eredmény (ezer forint)	772	133	-82,8%
Mérlegfőösszeg (ezer forint)	7357	8001	+8,7%
Nettó árbevétel (ezer forint)	20 594	14 059	-31,7%
Tőkeszerkezet % (Saját tőke/Források)	90	85	-5,6%

KÜLDETÉSÜNK

A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség fontosnak tartja, hogy megbízói számára hasznossá és nélkülözhetetlenné váljon. Megbízóink azon köre számára, akik tudatában vannak a kommunikáció hasznosságával és fontosságával, a marketing és a kommunikációs feladatok legmagasabb szintű ellátásával kívánunk küldetésünknek megfelelni. Egyben tudatformálást is végzünk. Vannak megbízóink, akik számára, még nem magától értetődő a folyamatos és tudatos vállalati kommunikáció. Számukra a gyakorlatban végzett munkánkkal a PR tevékenység hasznosságát kívánjuk tudatosítani.

Célunk, hogy a tudatos kommunikáció minden partnerünk számára magától értetődővé váljon.

*„Hasznossá és
nélkülözhetetlenné válni!”*

CÉGÜNKRŐL

A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség ügyfelei részére 2003 óta végez teljes körű kommunikációs és marketing tanácsadást és lát el különféle kivitelezési feladatokat. Több ügyfelünk a Goodwill PR segítségével vezette be a piacra új termékeit, üzletét vagy üzletágát, alakította ki jól működő kommunikációs kapcsolatait, építette fel és ápolja eredményesen cégének, szervezetének pozitív imázsát. Büszkéek vagyunk azokra a feladatokra és tevékenységekre, ahol szaktudásunkkal a társadalom egésze vagy kisebb szegmensei érdekében hasznosak lehettünk, nemes célokat szolgálhattunk, segíthettük egy-egy értékes kezdeményezés kommunikációját. Munkánk során mindig szem előtt tartjuk megbízónk stratégiai célkitűzéseit és érdekeit.

SZOLGÁLTATÁSAINK

Tevékenységi körünk az előző jelentéstételi időszakhoz képest változatlanul az alábbi öt területre terjed ki.

Goodwill – PR és Kommunikáció

- ◆ belső és külső szervezeti kommunikáció
- ◆ kríziskommunikáció, válságkezelés
- ◆ reputációmenedzsment
- ◆ vezetői tanácsadás
- ◆ sajtókapcsolatok, lakossági tájékoztatás, közönségkapcsolatok
- ◆ médiatervezés, médiavásárlás
- ◆ médiafigyelés és elemzés
- ◆ vállalati lapok, kiadványok szerkesztése, kiadása

Teljes körű kommunikáció és kézben tartott üzleti kapcsolatok...

Goodwill Marketing

- ◆ arculati és grafikai tervezés
- ◆ kampánytervezés és kivitelezés
- ◆ reklámtervezés, kiadványtervezés és kivitelezés
- ◆ marketingkommunikáció
- ◆ reklám- és ajándéktárgyak

Ezerarcú reklám a hagyományos reklámeszközöktől a legújabb ötletekig...

Goodwill Rendezvényszervezés

- ◆ sajtótájékoztatók, sajtóbeszélgetések
- ◆ szakmai rendezvények, konferenciák
- ◆ céges események, ügyfétalálkozók, üzleti és protokolláris rendezvények
- ◆ catering (hagyományos és egyedi vendéglátás)
- ◆ kreatív rendezvények

Vagyis minden, ami ötlet, szervezés, protokoll, vendéglátás...

Goodwill Tréningek

- ◆ média és közszereplési tréningek személyesen és csoportosan
- ◆ ügyfélkapcsolati tréningprogramok

Hasznos műhelyítók vezetőknek és munkatársaiknak...

Tréningeken résztvevő ügyfeleink elégedettségét kérdőívek segítségével mérjük és az eredmények alapján fejlesztjük tevékenységünket.

Goodwill Online

- ◆ image építő és üzletszerző honlapok létrehozása, átalakítása, karbantartása
- ◆ vevőszerező webes megoldások
- ◆ online kommunikáció
- ◆ e-marketing, elektronikus hírlevelek

Webhasználat hatékonyan: hogy ne csak vigye a pénzt!...

Kiemelten fontos számunkra az ügyfeleinkkel folytatott kommunikáció során a környezeti és társadalmi felelősségvállalás gondolatainak alkalmazása, erre ösztönözzük ügyfeleinket is.

Megbízó cégeink számára javasoljuk, hogy mind külső, mind belső hírlevelüket kizárólag elektronikus formában készítsék, azokat ne nyomtassák ki.

A marketingtevékenységhez kapcsolódó reklám és ajándéktárgyak kiválasztásánál felhívjuk ügyfeleink figyelmét a fenntarthatósági szempontokra, így ajánlatainkban természetes alapanyagú vagy újrahasznosított alapanyagból készült termékek is szerepet kapnak.

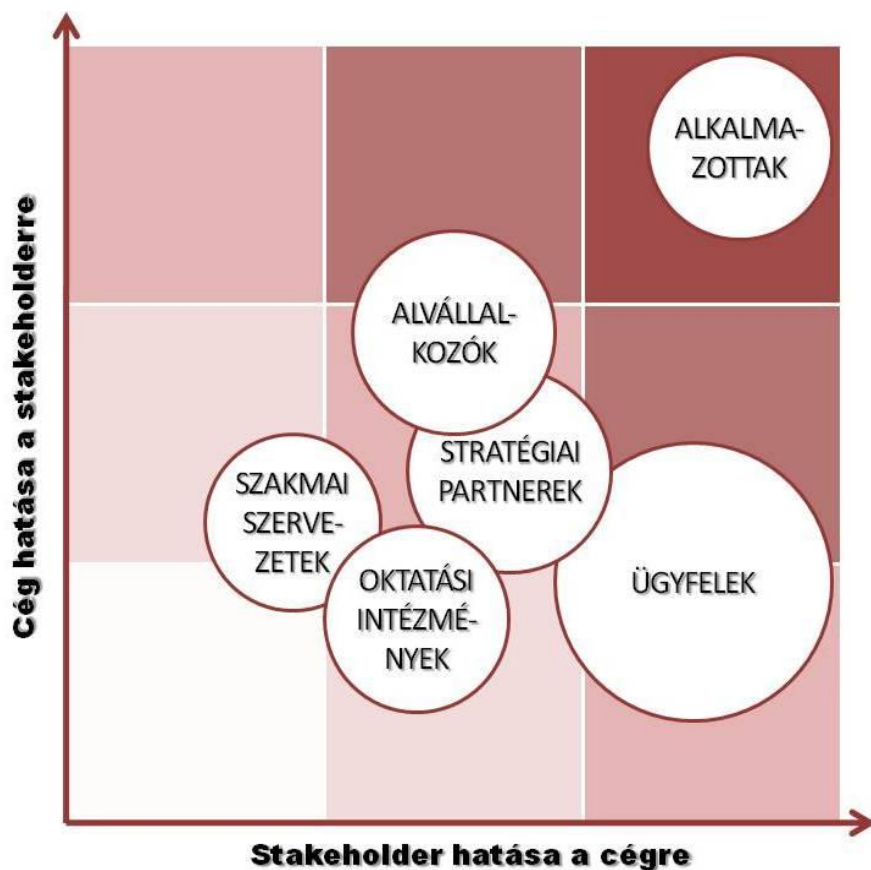
A javasolt rendezvényhelyszínek kiválasztásánál figyelembe vesszük annak megközelíthetőségét, telephelytől illetve lakóhelytől való távolságát, hogy a résztvevőknek a lehető legrövidebb utat kelljen megtenniük, ezzel is csökkentve az odautazás által kibocsátott széndioxid-mennyiséget.

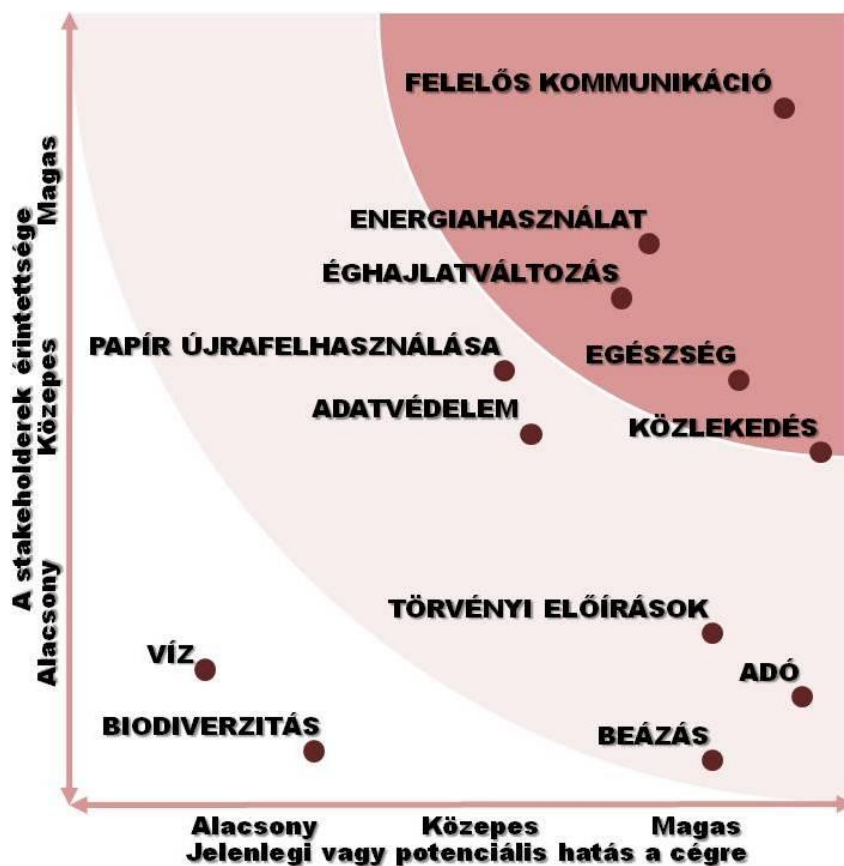


ÉRINTETTEK

A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség érintettjének tekinti mindazokat, akikre különféle szolgáltatásai által hatással lehet, valamint akik hatással lehetnek tevékenységére. Két stakeholder térkép segítségével ábráztuk, hogy mely érintettekkel való kommunikációnak

van kiemelt jelentősége működésünk szempontjából illetve mely tényezőket kell fenntartóhatósági jelentésünkben hangsúlyosan szerepeltetni. Mindezek alapján a munkavállalóinkkal, partnereinkkel, ügyfeleinkkel folytatott kommunikációnak van a legnagyobb szerepe.





ALKALMAZOTTAK

A gazdasági visszaesés miatt az átmenetileg jelentkező túlfoglalkoztatási problémák enyhítésére, ezáltal a győri munkahelyek megőrzésére Győr Megyei Jogú Város Önkormányzata pályázatot írt ki, melyen 2010-ben mikro-vállalkozásunk 352.800 forint összegű támogatást nyert el. Részben ennek köszönhető, hogy munkavállalóink száma és összetétele 2010-ben nem változott, cégünknek az előző vizsgált időszakokkal megegyezően két teljes munkaidőben foglalkoztatott munkavállalója van. Szakértelmük, tapasztalataik meghatározzák sikeres működésünket, ezért fontosnak tartjuk egészségük megőrzését. A pozitív munkahelyi légkörhöz hozzájárulnak gondosan ápolott növényeink valamint a kellemes, világos iroda.

Családbarát munkahelyként alkalmazottaink számára rugalmas munkaidőt biztosítunk. Rendszeresen veszünk igénybe diákmunkát, mellyel nemcsak a fiatalok szereznek a későbbi munkavállaláshoz szükséges munkatapasztalatot, hanem megismerésük, a közösen végzett munka számunkra is jó kiválasztási alapot jelent a szervezeti fejlesztéshez.

ÜGYFELEK

Tevékenységünk elsősorban Győr-Moson-Sopron megyére illetve a Nyugat-Dunántúli régióra terjed ki, amely a vállalati méretből származó adottság és egy fontos lehetőség is, hiszen a lokalitás a fenntarthatóság kulcsfontosságú kérdése.

Ügyfélszerkezet jellemzői 2010-ben

- ◆ Győr-Moson-Sopron megye: 70%
- ◆ Nyugat-Dunántúli régió: 20%
- ◆ Országos: 10%

ALVÁLLALKOZÓK

Az alvállalkozói kör zömében helyi, vagy regionális, de kiváló kapcsolatokkal rendelkezünk Budapesten és az ország más városaiban is. Bár évek óta a minőség és megbízhatóság érdekében igyekszünk lehetőség szerint állandó alvállalkozói körrel dolgozni, nyitottak vagyunk az új kapcsolatokra és eredményesen keressük és találjuk meg az újabb megbízható alvállalkozókat. Nyitottak vagyunk az együttműködésre új alvállalkozók jelentkezésekor is.

STRATÉGIAI PARTNEREK

- ◆ Ferling PR Tanácsadó és Szolgáltató Kft. (Pécs)
- ◆ CG & Partners Kutató és Tanácsadó Kft. (Győr)
- ◆ Innovációval a Fenntartható Fejlődésért Egyesület (Győr)

Aktívan közreműködtünk az Innovációval a Fenntartható Fejlődésért Egyesület 2009-es megalakulásában, melynek elnöke munkatársunk, Tarr Adrienn.

Az egyesület működését azóta is elkötelezetten támogatjuk. Ellenszolgáltatás nélkül segítjük az egyesületi honlap létrehozását, melynek folyamatos tartalmi frissítéséről is gondoskodunk.

Cégünk sajtóanyagokat generál és küld ki az egyesület tevékenységéről, szervezi a fenntarthatósággal, környezettudatossággal kapcsolatos témák kommunikációját. Az egyesület 2010-es kutatásának, Győr ökológiai lábnyom számításának sajtókommunikációját teljes mértékben felvállaltuk. Külön blogot hoztunk létre, melyben a kutatásban résztvevők bemutatták munkájuk menetét és segítséget kérhettek az adatok összegyűjtésében.

OKTATÁSI INTÉZMÉNYEK

Felsőoktatási intézmények

Gyakorlati lehetőséget, szakmai tapasztalatszerzést biztosítunk egyetemi hallgatók számára. Azok a hallgatók, akik nálunk töltik kötelező szakmai gyakorlatukat, valós projekteken vehetnek részt, bepillantást nyerhetnek cégünk műhelytitkaiba, így az iskolapadban szerzett ismereteiket a gyakorlatban is kipróbálva hasznos munkahelyi és szakmai tapasztalatokat szerezhetnek.

2010-ben a Széchenyi István Egyetem öt kereskedelem és marketing BA szakos hallgatója töltötte nálunk kötelező szakmai gyakorlatát, melynek során többek között rendezvényszervezéssel és sajtókommunikációval összefüggő feladatokban, valamint a „Proaktivitás, proaktív PR és fenntarthatóság” című tanulmány adagyűjtésében és elemzésében vettek részt.

A szakmai gyakorlat arra is lehetőséget biztosít, hogy a hallgatók nálunk írják meg szakedzőtő munkájukat. A cégvezető opponensként és álmvizsga bizottsági tagként vesz részt a győri Széchenyi István Egyetem munkájában.

Középiskola

A cégvezető oktatóként részt vesz szakmai képzésben.



SZAKMAI SZERVEZETEK

A cégvezető és a Goodwill PR Bt. tagja a Magyar Public Relations Szövetségnek.

Mészáros Gábor egyike annak a 3 kamarai tag (Szolgáltatási tagozat) cégvezetőnek, akik a Flamand kormány által elindított és Magyarországon Szabolcs-Szatmár-Bereg Megyei Kereskedelmi és Iparkamara által felkarolt és meghonosított Plato programot 2006-2007-ben „elhozták” Nyíregyházáról Győrbe. Nekik köszönhető, hogy a Győr-Moson-Sopron Megyei Kereskedelmi és Iparkamara (GYMSKIK) 2009-ben már a 3. Plato csoportot indította el és tervezi a jövőben a 4. Plato csoport elindítását. A megelőző évben létrehozott Plato1 és Plato2 csoport jelenleg Plato Klubként végzi tevékenységét, s szervezi tovább kkv vezetőket képző és összefogó munkáját. A Plato Klub talaján, az Audi Akadémia szervezésével került megrendezésre 2010-ben a Plato Management Akadémia nevű képzéssorozat, amelyet cégvezetők számára tartottak. Ilyen átalakulásra és továbbműködésre Magyarországon még nem volt példa.

A Plato-mozgalomnak mindkét alkalmazottunk aktív résztvevője.

A cégvezető a 2004-2008-as ciklusban aktív kamarai munkát folytatott a GYMSKIK Szolgáltatási Tagozatában, a 2008 őszén megtartott kamarai választásokon kamarai küldötté választották a 2008-2012-es ciklusra. A GYMSKIK Szolgáltatási Tagozatának alelnökéként aktívan részt vesz a kamara és tagozat munkájában, a Szolgáltatási Tagozat és a kamara sajtókommunikációjának, PR és kommunikációs tevékenységének szervezésében. Szakmai tapasztalatával a kamara 120 éves jubileumi rendezvényeit előkészítő bizottság tagjaként segítette a 2010-ben megtartott ünnepi rendezvénysorozat megszervezését.

Rendszeresen jelennek meg Mészáros Gábornak tájékoztató írásai a Kisalföldi Gazdaság című kamarai havilapban, amely 5000 példányban jut el a megye vállalkozóihoz illetve a felsőoktatási intézmények és középiskolák érdeklődő olvasóihoz.



KÖRNYEZETÜNK VÉDELME

Kihívás számunkra, hogy tegyünk valamit a globális felmelegedés ellen. Bár az irodai munka során energiát és jelentős mennyiségű papírt használunk fel, utazásaink során gépkocsikat használunk, mindent megteszünk széndioxid-kibocsátásunk csökkentéséért.

Világítás

Az iroda fekvéséből adódóan napfényes, a természetes világítás biztosított, a zöld növények segítséget jelentenek a szén-dioxid megkötésében és az egészségesebb irodai klíma kialakításában.

Energiafelhasználás

Nem használt elektronikus eszközeinket kikapcsoljuk, új beszerzésnél energiatakarékos eszköz vásárlására törekszünk.

Fűtés

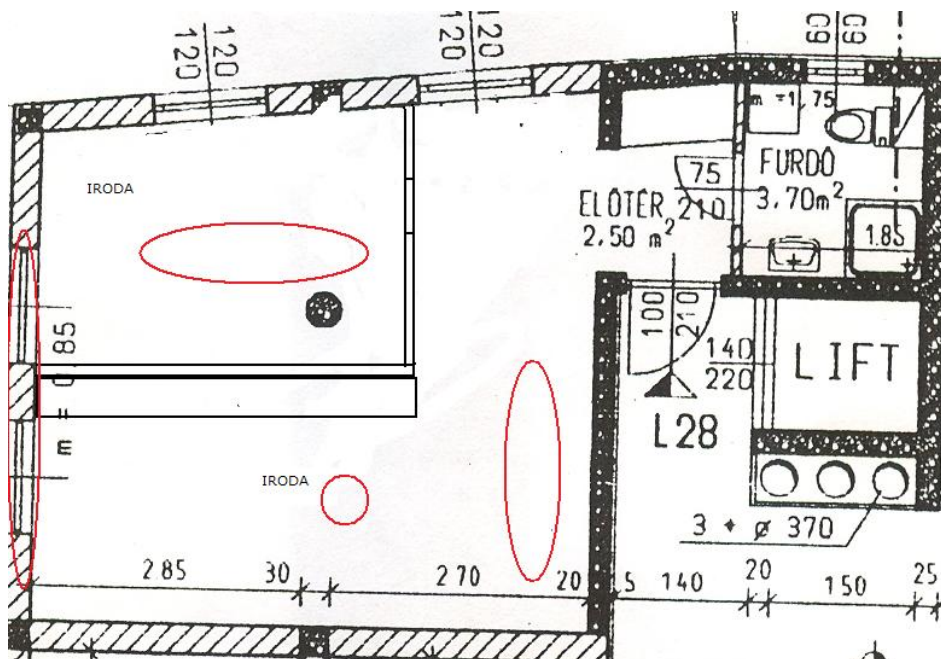
A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség egy társasházban bérel egy 49 m²-es irodát. A vállalkozást takarékosan működtetjük, fűtési szezonban a napi munka végeztével lekapcsoljuk a fűtést. A társasházhoz mélygarázs, gépkocsi beálló tartozik, aminek fűtési díja a közös költségbe szintén beleszámít.

Papírfogyasztás

A cégnél 1 hét alatt átlagosan 1000 e-mailt írunk. Az a tény, hogy ez elektronikusan történik 12 kg papír és 10,8 kg széndioxid-kibocsátás megtakarítását jelenti hetente. Ez 50 munkahéttel számolva éves szinten 600 kg papír és 558 kg széndioxid-kibocsátás csökkentést jelent, így mintegy 18 fával kevesebbet kell kivágni¹ a papírfogyasztásunk visszaszorításának köszönhetően. Irodán illetve cégen belüli nyomtatásra, anyagok előzetes átnézésére a korábban kinyomtatott lapokat is használjuk, a másik oldalra is nyomtatunk. Az újrahasznosítható lapokat elkülönítve tároljuk, és rendszeresen ezeket használjuk belső megbeszéléseken való jegyzetelésre, telefonos feljegyzésekre, ellenőrző és előzetes nyomtatásokra. A papírfogyasztásra általánosan is nagy figyelmet fordítunk: keveset és a lehetőségek szerint kétoldalasan nyomtatunk.

Fontosabb környezeti problémáink:

Az irodákban több helyen a beázás, amely a világítási lehetőségeket is nagyban befolyásolja és a szomszédos intézmény építési munkálatai miatt munkaidőben tapasztalható állandó zajhatás.



¹ becsült adatok alapján

FŐBB KÖRNYEZETI ADATOK

A karbonlábnyom az ökológiai lábnyom részeként az egyes tevékenységekkel járó széndioxid-kibocsátás nagyságát méri.

Széndioxid-kibocsátásunk a „Thegreenoffice” irodai kalkulátorával számítva 9,9 tonna, amely közelítőleg megegyezik az alábbi táblázat adataiból számítható értékkel.

A legjelentősebb kibocsátást a 2 alkalmazott gépjárművel történő közlekedése okozza, mely az ügyfelekkel történő kapcsolattartás miatt – tehát cégünk tevékenységéből – következett be.



Főbb környezeti adatok	Felhasznált mennyiség (2009)	Becsült széndioxid-kibocsátás (kg)	Felhasznált mennyiség (2010)	Becsült szén-dioxid kibocsátás (kg)	Változás előző évhez képest
Papír-fogyasztás (A4)	20 csomag, 60 kg (10%-os visszaforgatási arány)	54	15 csomag, 45 kg (10%-os visszaforgatási arány)	40,5	-25%
Tintapatron	12 db	-	12 db	-	-
Vízfogyasztás	25 köbméter	30	16 köbméter	19,2	-36%
Világítás	1332 kWh (4,80 GJ)	1540 ²	1676 kWh (6,04 GJ)	1907,5	+24%
Fűtés (gáz)	4826 kWh (17,37 GJ)		5954 kWh (21,43 GJ)		
Megtett km-ek száma	59 009 km	8792 ³	56 320 km	8392	-4,5%

² 1 kWh=250 g EU átlaggal számolva

³ 1 km=149 g szén-dioxid kibocsátással számolva

BESZÁMOLÓ

AZ ELÉRT EREDMÉNYEKRŐL

A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség 2010-ben törekedett a megelőző időszakban megfogalmazott prioritásokat szem előtt tartva cselekedni. Számítógépeinket, nyomtatónkat a nem használt időszakban (például ebédszünetben) kikapcsoljuk.

Új beszerzéseknél az energiatakarékosságra jelentős hangsúlyt fektetünk. Az irodai beázás miatt – amely a világítást is befolyásolja – nem tudtunk átállni az energiatakarékos izzók használatára. Mindennek gyakorlati oka van, ugyanis az átázott csillárok rövid életűek, így nem térülne meg az energiatakarékos izzókba történő beruházás.

Érintettjeink tájékoztatását szem előtt tartva a Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség honlapján frekvenciát helyen tettük közzé a 2008-as és a 2009-es évre vonatkozó fenntarthatósági jelentést, valamint kommunikáljuk a jelentéskészítés okát.

A fenntarthatósággal kapcsolatos előadásokról rendszeresen beszámolunk a honlapunkon, illetve tájékoztatjuk róluk megbízóinkat is. Partnereinknek is hangsúlyozzuk e terület fontosságát, javasoljuk számukra fenntarthatósági jelentés készítését.

A Fair trade és biotermékek nagyobb arányú fogyasztására továbbra is eléréndő célként tekintünk.



A beázás megszüntetése permanens, folyamatos probléma a vállalat életében. 2010-ben bírósági per indult, az eljárásban részt vett a Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség is. A kivitelezővel folytatott többszöri egyeztetést követően az irodánk felett lévő (és beázást okozó) tetőterasz ugyan javításra került, a korrigálás tartós eredményét azonban nem érzékeljük. Az irodai beázás továbbra is a Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség legfőbb környezeti problémája.

A további, lappangó környezeti problémákat az ökotérképezés útján térképeztük fel.

2010-ben a normál beszerzésben fellelhető tisztítószeret használtunk az irodai takarítás során.



JÖVŐBELI TERVEINK A FENNTARTHATÓSÁG ÉRDEKÉBEN

Fenntarthatósági pillérek	Vizsgált jellemzők	Megelőző időszak (2009)	Jelenlegi helyzet (2010)	Tervezett jövőbeni változtatások
gazdasági	energiatakarékos eszközhasználat	☺	☺	nem használt számítógépeink és a nyomtató kikapcsolása ebéd-szünetben
	racionális eszközbeszerzés	☺	☺	megtérülő környezeti beruházások: új beszerzéseknél az energiatakarékosság prioritása, energiatakarékos izzók
	irodai papírhasználat	☹	☹	újrahasznosított papírra való áttérés
szociális	multilaterális stakeholder kommunikáció	☺☺	☺	érintetti kerekasztal a fenntarthatósági jelentésről
	tájékoztatás	☺	☺☺	fenntarthatósággal kapcsolatos információk feltüntetése a honlapon
	tea- és kávéfogyasztás	☹	☹	Fair trade vagy biotermékek nagyobb arányú fogyasztása
környezeti	külső környezet	☹☹	☹☹	beázás megszüntetése
	környezeti problémák feltérképezése	☺	☺	az áttekinthető és rendezett irodában az ökotérképezés módszerével kívánjuk felderíteni a lapangó környezeti problémákat
	takarítás	☹	☹	környezetbarát tisztítószer használata, szelektív hulladékgyűjtés

JELMAGYARÁZAT:

☺☺	ezen a területen élenjáró a cég, a beavatkozás innovatív jellegű
☺	jó, iparágnak megfelelő
☹	javítandó terület
☹☹	súlyos probléma



RÓLUNK ÍRTÁK

A Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség fontosnak tartja megbízói véleményét. Partnereink elégedettsége azt jelenti számunkra, hogy munkánkat a lehető legjobban, ügyfeleink érdekeit szem előtt tartva láttuk el.

„Több közös projekt után is élmény a Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökséggel dolgozni. A jól kialakított munkamegosztás, tervezés és megvalósítás mellett sokat tanultam arról, hogyan tegyük a média számára érdekessé mondanivalónkat, a korrekt kiértékelésnek köszönhetően támogatóinknak könnyen bemutathattuk az elért eredményeket. A Goodwill PR megbízhatóságát munkatársai hitelessége adja. Én mindig maximális korrektséget, elhivatottságot, kreativitást, az akadályok ellenére is a megoldás keresésére törekvést, segítőkészséget, a „közös ügyért” érzett felelősséget tapasztaltam.”

Miklósné Bertalanfy Mária
WHO koordinátor,
címzetes vezető főtanácsos,
az Egészséges Városok Magyarországi
Szövetsége Igazgatótanácsának elnöke

„Vállalatunk a Visimpex-Hungary Kft., mint a 2005. év Kisalföldi Presztízs Díjasa középvalalkozás kategóriában, a díjjal elnyert sajtó-kommunikációs csomag marketingkommunikációjában dolgozott együtt a Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökséggel. Mészáros Gábor kommunikációs tanácsadó, a Goodwill PR első embere elképzeléseinket hatékonyan és korrekt módon valósította meg, melynek köszönhetően egyértelműen nőtt vállalatunk régióbeli ismertsége.”

Kosár Dezső
ügyvezető-igazgató
Visimpex-Hungary Kft.

„Az IB Andresen csoport Magyarországi cégének avató ünnepsége kiemelt jelentőségű esemény volt számunkra. Az ünnepség, a vendéglátás és a sajtókommunikáció megszervezésére felkért Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség munkatársai mindvégig megbízható partnereink voltak, mindenben számíthattunk rájuk. Pontos, megbízható munkájukkal igazán emlékezetes napot, kellemes emléket szereztek nekünk és vendégeinknek.”

Tom Andresen
ügyvezető igazgató
IB Andresen Industri Magyarország Kft.



GRI TARTALMI INDEX

GRI Index	Helye a jelentésben
1.1	Ügyvezető igazgatói köszöntő
2.1	Alapadatok
2.2	Szolgáltatásaink
2.3	Szolgáltatásaink
2.4	Alapadatok
2.5	Alapadatok
2.6	Alapadatok
2.7	Érintettek
2.8	Alapadatok
2.9	Szolgáltatásaink
2.10	Érintettek
3.1	A jelentésről
3.2	A jelentésről
3.3	A jelentésről
3.4	A jelentésről
3.5	A jelentésről
3.6	A jelentésről
3.7	A jelentésről
3.8	Nem releváns
3.9	A jelentésről

GRI Index	Helye a jelentésben
3.10	Nem releváns
3.11	Nem releváns
3.12	GRI Tartalmi Index
4.1.	Alapadatok
4.2	Alapadatok
4.3	Nem releváns
4.4	Nem releváns
4.14	Érintettek
4.15	Érintettek
EC4	Érintettek
EN1	Környezetünk védelme
EN2	Környezetünk védelme
EN3	Környezetünk védelme
EN16	Környezetünk védelme
EN26	Környezetünk védelme
LA1	Érintettek
LA2	Érintettek
PR5	Szolgáltatásaink
SO1	Érintettek



Goodwill PR és Kommunikációs Ügynökség
9026 Győr, Hédervári út 39/A.
Tel/Fax: (06) 550-222; (06) 550-223
www.goodwill-pr.hu

pr marketing protokoll film cikk rendezvény nyomtatvány prezentáció riport arculat sajtófigyelés

