

# HARMADIK 1% ÚTMUTATÓ

HOGY A JÓSZÁNDÉKOKBÓL VALÓDI  
CSELEKVÉS LEHESSEN, VAN EGY 3  
LÉPÉSES AJÁNLÁSUNK.

# 0 1

## ELSŐ FÁZIS: ABBAN SEGÍTÜNK, HOGY LÁSD KÉSZEN ÁLLSZ-E A HARMADIK 1%-RÓL VALÓ RENDELKEZÉSRE

Szándék

Feltérképezés

**DÖNTÉS**

**MÁSODIK FÁZIS: HA MÁR DÖNTÖTTÉL  
ARRÓL, HOGY HOZZÁTESZED TE IS A  
SAJÁT HARMADIK 1%-OD, AKKOR ITT A  
SEGÍTSÉG, HOGY EZT HOGYAN TUDOD A  
LEGHATÉKONYABBAN MEGTENNI.**

**MIBŐL? MENNYIT? KINEK? HOGYAN?**

A tudatos stratégia kialakítása nem bonyolult. Ennek az útmutatónak az végigolvasása tűnhet hosszúnak elsőre, kb. 30 perc, de ígérjük, a végére összeáll a kép.

## 01

# A SZÁNDÉK MEGFOGALMAZÁSA ÉS A MIÉRT TUDATOSÍTÁSA

*Ez az **ALAP**. Enélkül nem jön létre a terv. Nem érdemes bagatellizálni, mert sokaknál ez a szándék sem születik meg egyelőre. Ha nálad már megvan, akkor azok közé tartozol, akik számára fontos a környezetük, a közösségeik, és ezért felelősséget is éreznek.*

Felmérted, hogy a környezetünkben rengeteg megoldatlan probléma van.

A megoldás és a válasz kevesebb.

Megérted, hogy egy üzleti szereplőnek van üzleti érdeke, egyéni érdeke, és ezen felül társadalmi érdeke is, hogy versenyképes és szerethető közegekben élhessünk.

A körforgás, amiben élünk, azt eredményezi, hogy az üzleti oldal egyszerre lehet okozója is a problémáknak, ahogy a megoldás lehetősége is gyakran a kezében van.

## 01

## A MIÉRT INNENTŐL KEZDVE EGYSZERŰ.

**AKTÍV SZEREPET VÁLLALNI AZ ÜZLETI OLDALON TÁRSADALMI KEZDEMÉNYEZÉSEK ÉLETÉBEN, MÁR RÉGÓTA NEM CSUPÁN MORÁLIS KÉRDÉS, HANEM ÜZLETI ÉRDEK IS. ELÉG HA ISMERJÜK A MUNKAERŐPIACI TRENDEKET, AZ ÚJ GENERÁCIÓK ELVÁRÁSAIT A CÉGEK FELÉ A MUNKAVÁLLALÓI ÉS A FOGYASZTÓI OLDALON IS.**

A problémák megoldásában társadalmi kezdeményezések vállalnak oroszlánrészt. Gyakran kényelmetlen, kedvezőtlen körülmények között. Törődve az önhibájukon kívül leszakadó 10%-kal, vagy más életminőségünket, szabadságérzetünket, környezetünket befolyásoló kihívással. Olyan helyzeteket is vállalva, amikre a többségünk nemet mondana. Ennek elismerése és kompenzálása, amikor úgy döntünk, hogy támogatunk egy-egy társadalmi ügyet az erőforrásainkhoz mérten.

**LEGYEN MOSTANTÓL MÁJUS 1. A**

**HARMADIK 1% NAPJA**

A nap, amikor szeretnénk, ha minden üzleti szereplő végiggondolná, hogy van-e tudatos stratégiája arra, hogyan támogat társadalmi kezdeményezéseket az egész év folyamán. Mert jól segíteni így lehet: rendszeresen és következetesen.

# A TÁRSADALMI ÉRDEKÉRT FELELŐSSÉGET VÁLLALÓ ÉNED FELTÉRKEPEZÉSE

Gondold végig, eddig milyen kapcsolódásod volt társadalmi ügyekhez.

Ha **PASSZÍV** vagy/voltál:

- Ott moccan benned már egy ideje, hogy tennél valami többet?
- Több olyan ügyet, kihívást, problémát érzekelsz a környezetemben, aminek megoldásán társadalmi kezdeményezések dolgoznak hatékonyan és nélkülözhetetlenül?
- Ha izgalmas társadalmi kezdeményezésekről hallasz, örülsz, hogy valaki legalább viszi/felvállalta ezt az ügyet?

Ha **AKTÍV** vagy/lennél:

- Eddig csak alkalomszerű, impulzusszerű volt?
- Nem volt elég tudatos és következetes?
- Vagy egy igazi rendszeresen cselekvő/adó profi vagy? Akkor ne olvasd tovább, nem neked szól ez a tervező.:)

## DÖNTÉS: MARADSZ IMPULZUS-CSELEKVŐ VAGY TUDATOS STRATÉGIÁD LESZ?

- **MARADOK IMPULZUS-CSELEKVŐ:** ennyit tudok most tenni, másra nincs kapacitásom - ez változhat a jövőben, és figyelemmel kísérem a társadalmi kezdeményezéseket. Az alkalmi támogatás is szuperérték!
- **TUDATOS SZERETNÉK LENNI:** szeretném érteni, hogy tehetek (jól) hozzá üzleti szereplőként társadalmi ügyekhez! (Hurrá!) **A TUDATOS STRATÉGIA HOSSZÚ TÁVÚ, RENDSZERES ÉS KÖVETKEZETES.** Hiszen a társadalmi problémák ritkán oldódnak meg egyik pillanatról a másikra.

## 02

## MIBŐL TESZEL HOZZÁ?

**FONTOS DÖNTÉS. LEHET KOMBINÁLNI IS. NEM KELL CSAK AZ EGYIKET VÁLASZTANI, ÉS NAGYON GYAKRAN ÖSSZE IS ÉRNEK A TERÜLETEK.**

*Egy ügyvéd például, amikor pro bono munkát vállal egy szervezetnek, a tudásán, a szakértelmén túl biztosan ad az idejéből is.*

Ennél a kérdésnél már előkerül az is, hogy a saját időddel, jövedelmeddel és más erőforrásaiddal szeretnél-e tervezni, és/vagy bevonod a cégedet is (alapítótársaidat, főnökeidet, kollégáidat). Ebben az esetben gondold végig, kiket kell bevonnod a döntésekbe, és a következő fázisokról gondolkodjatok már közösen.

**TIPP:**

- A céges döntéseknél a pénzügyi vezetővel és/vagy adózási szakértővel is érdemes konzultálni, hogy tudjuk, milyen kedvezményekre vagyunk jogosultak támogatás esetén például.
- Érdemes végigolvasni a **NIOK útmutatóját** is

## AZ IDŐDBŐL?

Alkalmoszerűen vagy rendszeresen?  
Szabadidőből vagy munkaidőből?

## A TUDÁSODBŐL?

A szakértői tanácsadás, a mentoráció, a zsűrizés, a testületi tagságok is idesorolhatók.

A társadalmi kezdeményezések gyakran kevésbé edukáltak üzleti téren, pedig a működésükhöz ugyanúgy elengedhetetlenek ezek a folyamatok, a gyakorlásuk és a fejlesztésük. És persze fordítva, az üzleti szereplők is rengeteget profitálhatnak például a társadalmi kezdeményezések motivációs technikáiból. Erre jó példa a **Bridge Leaders** programunk, ahol a Bridge Budapest Értékvezérelt vezetői közössége és az Edison100-as kezdeményezések civil vezetői tanulnak és tapasztalnak egymástól.

Az üzleti folyamataid során hasznossá vált workshopok, tanulmányok is jelenthetnek támogatást.



## AZ ESZKÖZEIDBŐL?

Hatalmas segítség lehet minden olyan, ami **a cégednek van, számodra könnyen hozzáférhető, felesleged is van belőle**, vagy a mellékterméked, míg egy társadalmi kezdeményezésnek komoly erőfeszítés. Bármilyen lehet ilyen: bútor, elektronikus eszközök, előfizetések, stb. De itt ne csak tárgyi eszközökre gondolj. Mi **ide soroljuk a kapcsolatokat** is. Lehet, hogy egyetlen telefonhívással, emaillel meg tudsz nyitni értékes új kapukat a támogatottaid számára. (Ez utóbbi egyszerre idő+eszköz.)

Ide tartoznak a **KEDVEZMÉNYEK** is, amikor a saját termékeidből vagy szolgáltatásaidból adsz kedvezményt vagy akár **TELJES DÍJMENTESSÉGET** társadalmi kezdeményezéseknek. Hatalmas segítség a havi díjak csökkentése vagy elengedése például a működési költségek vonatkozásában. Könyvelők, jogászok, fordítók, szoftverek, kommunikációs ügynökségek, más szolgáltatók rengeteget tudnak így tenni. Gondold végig, van-e olyan terméked, szolgáltatásod, ami segítség lehet.

Az is előfordul, hogy valaki **1%-NYI TULAJDONRÉSzt** ajánl fel társadalmi kezdeményezés számára, és így biztosít kvázi osztalék ágon rendszeres támogatást.

Érdemes a partnereidre is gondolni. Sokszor a **TE ÉRTÉKLÁNCOD**, üzleti partneri köröd is komoly érték az elérésben a társadalmi kezdeményezések számára. Ez is lehet egy eszköz, ami kéznél van, de elsőre nem biztos, hogy beugrik az értéke és a lehetőségei.

Tényleg érdemes tágítani a gondolatainkat. Akár a **KIHASZNÁLATLAN IRODATÉR** is olyan eszköz, ami rendelkezésre áll, egy társadalmi szervezetnek pedig hatalmas segítség, ha befogadod. Nem beszélve az ezáltal létrejövő szociális kapcsolódásokról, hatásokról.



## A JÖVEDELMEDBŐL

Minden kicsi számít. Erre nyugodtan emlékeztess magad, mielőtt éppen úgy döntenél, hogy áááá, ennyivel nem mennek úgysem sokra. De! Ha pl. rendszeres kicsi, az maga a biztonság bázisa.

## MENNYIT TESZEL HOZZÁ?

### **ADJ ANNYIT, AMENNYI NEM FÁJ, ÉS JÓ ÉRZÉSEL TÖLT EL!**

Mi 1%-ot javasolunk, ami természetesen lehet több is, aki rákap az ízére és boldogsággal, megnyugvással tölti el, hogy látja, a hozzáadott értékének köszönhetően hogyan tud katalizálni és fenntarthatóbbá tenni társadalmi kezdeményezéseket. Ez lehet a céged felajánlása is, de sokan a privát keretükből is adnak.

# MENNYIT TESZEL HOZZÁ?

## Idő esetén

1%-nyi idő éves szinten pl. 2-3 munkanap, ami rengeteg, ha belegondolsz, mennyi mindent lehet elvégezni ennyi idő alatt. Vannak cégek, ahol tudatosan figyelnek arra, hogy meghatározzák, hivatalosan a munkaidőből mennyi időt bocsátanak a munkavállalók rendelkezésére, hogy koncentráltan foglalkozhassanak társadalmi ügyekkel. Ez lehet egyéni, csoportos, egyszeri alkalom vagy rendszeressé téve, heti vagy havi egységekre bontott. Ha nálatok még nincs ennek hagyománya és kultúrája, érdemes a bevezetésén elgondolkodni, és olyan cégek vezetőit kérdezni, ahol ez már jól működik.

## TIPP

Ha céges keretek között adsz lehetőséget a munkavállalóknak például az idejükből társadalmi kezdeményezésekre “költeni”, érdemes végiggondolni, hogy:

- Minden évben **ÚJRAINDUL-E A KERET** vagy átvihető a ki nem használt idő a következő évre?
- **FIX NAPOKAT** biztosítasz vagy szabadon választható, mikor zajlik?
- És persze ez azt az alapkérdést is felveti, hogy te választod-e ki, hol tölthet időt a munkavállaló vagy ő választhat, és “csak” beszámol a választásáról. A cégek egy része a kettő között találja meg a komfortját azzal, hogy kvázi **EGY MENÜT KÍNÁL**, sok-sok általa elfogadott kezdeményezéssel, és ezekből választhatnak a munkavállalók.
- Ezen a ponton döntesz cégeként arról is, hogy rögzíted, méred-e valamilyen eszközzel ezeket az önkéntes tevékenységeket. Vannak-e biztosítási szükségletei például a tevékenységeknek? Minden munkavállaló vagy a teljes munkaidőben dolgozók vehetnek csak részt a programban? Az [Önkéntes Központ Alapítvány](#) szolgáltatásként segít cégeket abban, hogy ennek a rendszerét kidolgozhassák.
- Vannak cégek, amelyek például nem csak az idővel gazdálkodnak így, hanem konkrét pénzügyi támogatással is. Éves szinten **FIX ÖSSZEGET** biztosítanak a munkavállalók számára, hogy a felkínált menüből, ők adhassák azt konkrétan egy-egy ügy vagy kezdeményezés számára.

# MENNYIT TESZEL HOZZÁ?

## JÖVEDELEM ESETÉN

Magyarországon a havi átlagkereset nettó 352 ezer forint. Egy vezető bére ennek akár a 15-szöröse és még ennél is több lehet, tehát ha ennek az 1%-át vesszük, akkor rendszeresen adományozók esetében, évente **42.240 és 633.600 forint közötti támogatás** is terveződhet. Hogy legyen mihez hasonlítani ezt: a társadalmi kezdeményezések, szervezetek superboldogok, ha **havi szinten 3000 Ft rendszeres támogatást** kapnak, és rendszeres támogatók esetén ezzel tudhatják biztosítani a stabil működésüket. Ha ennél többet is tudsz adni, és akár alkalmi jelleggel nagyobb összegeket, az külön öröm és egyre nagyobb biztonság számukra. Kilépési lehetőség az állandó túlélésből.

## CÉG ESETÉN ÁRBEVÉTEL VAGY PROFIT ALAPJÁN

Az a legjobb, ha a cég és a szervezet is stabilan és hosszú távon számíthat egymásra. Egy cég számolhat a profitból és a bevételből is. Nyilván utóbbi nagyobb összeg, de egyre gyakoribb, hogy egy-egy cég eleve így képezi a termékei/szolgáltatásai árát, hogy a bevétel 1%-át automatikusan fordíthassa társadalmi ügyek támogatására. Ezt pedig bele is építi a stratégiájába, a termékfejlesztésébe, a kommunikációjába. Ha egy egyszerű matekkal számolunk, és abból indulunk ki, hogy a profit oldalon egy kisebb cégnek éves szinten 100 milliós árbevétele van, amiből 5 millió forint a profit, akkor:

**A bevétel 1%-a 1 millió forint éves szinten.**

**A profit 1%-a 50 ezer forint éves szinten.**

Magyarországon az **OPTEN** (Vállalható Üzleti Kultúráért Nagykövetünk) adatai szerint több mint **70 ezer cég van, aminek az éves árbevétele legalább 100 millió forint.**

# KINEK ADSZ?

**ADHATSZ TÖBB HELYRE IS, NEM CÉL EGYETLEN TERÜLETET, SZERVEZETET VÁLASZTANI, DE ÉRDEMES FÓKUSZÁLNI. AZ ERŐFORRÁSAINK VÉGESEK, A TÚLZOTT SZÉTFORGÁCSOLÓDÁS NEM FELTÉTLENÜL HATÉKONY. ITT MEGINT KÜLÖN VÁLHAT AZ EGYÉNI ÉS A CÉGES VÁLASZTÁSOD.**

**EGYÉNI DÖNTÉSNÉL: HALLGASS A SZÍVEDRE!** Általában mindenki tudja, melyik az a terület, ahol a legjobban zavarják az elakadások, és kik azok a szereplők, akik a legszimpatikusabbak és a leghitelesebbek, illetve látszik, hogy tartósan, hosszú távra tervezve építkeznek.

**CÉGES DÖNTÉS** esetén számos szempont lehet. Ennek tengernyi szakirodalma és ügynöksége van, de mutatunk például egy egyszerűbb rendszerezést a döntéshez. A European Venture Philanthropy Association (EVPA) a vállalati társadalmi tevékenységekkel foglalkozó szervezet például 4 területet határoz meg stratégiai igazodási pontként, amikor választunk. Lehet például a szempontunk:

**NEM-MATERIÁLIS:** pl. földrajzi alapú: magyarországi kötődésű vagy ennél szűkebb területeken dolgozó szervezetet keresünk ilyenkor, a cégünk működése közelében vagy pl. alapítói kötődések miatt

**TEMATIKUS:** amikor a cégünk olyan területeken keres szervezeteket, amelyeknek ügyei kapcsolódnak a működésükhöz/a működéshez kötődő társadalmi kihívásokhoz, de bármilyen integrációs kihíváshoz való kapcsolódás is ide tartozik. A saját házuk tájáról ilyen lehet az értelmes munka világához, kompetencia-fejlesztéshez kapcsolódó kezdeményezések támogatása, mint amilyen az Edisonplatformunk

**IPARÁGI:** kifejezetten az iparág kihívásaira koncentrálnó társadalmi kezdeményezéseket választ ilyenkor a cég - amikor pl. ruhaipari szereplő a fenntartható divat irányába támogat

**ÜZLETI:** izgalmas terület, amikor a cég hosszú távú üzleti stratégiájába beépítve, a saját értékláncát felhasználva, oda beépítve ad teret társadalmi kezdeményezések, innovációk számára a még nagyobb láthatóság, a tartósabb, fenntarthatóbb működés, és akár a folyamatos fejlesztésük érdekében

# HÁROM KÖZÖSSÉGET IS AJÁNLUNK A VÁLASZTÁSHOZ,

ha valaki szeretne képbe kerülni hiteles társadalmi kezdeményezésekről:

Az [Edisonplatform Edison100-as](#) gyerekeket fejlesztő elismert oktatási kezdeményezéseit

Az [Etikus adománygyűjtő szervezeteket](#)

A [Civildíj díjazottjait, döntőseit](#) - 2016-tól megtalálhatók a [civildij.hu](http://civildij.hu) oldalon.

**Harmadik 1%**

**Idő**

**Tudás**

**Eszköz**

**Jövedelem**

#hozzáteszekmég1százalékot

## 03

## HOGY TEGYÉL HOZZÁ?

**FÓKUSZÁLJ és PRIORIZÁLJ:** Mindenkinek ritkán tudunk adni. Korábban már felmérted, mennyi eszközöd van, mennyi erőforrásod, ezekből érdemes kialakítani a kedvező mixet. Biztosan lesz egy shortlisted. Ha már van egy szíved választottja, az is csodálatos. De ha belefér, 2-3 szervezet között is megoszthatod az erőforrásaidat. Ennél többre ritkán jut energia és lelkifurdalás nélküli figyelem, törődés, erőforrás.

**ADJ IDŐT A VÁLTOZÁSNAK:** Figyelj arra, hogy ha választottál, tarts ki. Legyél ebben következetes. A társadalmi ügyek, missziók ritkán rövid távúak, akkor tudnak jól fejlődni és épülni, ha van stabil hátterük. Ezért is kiemelt fontosságú a rendszeresség és a hosszútávúság.

**VÁLASSZ GAZDÁT/BAJNOKOT AZ ÜGY(EK) MELLÉ:** ha céges döntésről van szó, érdemes választani a cégen belül valakit, aki a kezdeményezés kapcsolattartója, elkötelezett és szívesen számol be a kollégáknak a támogatásról, be is vonja akár őket - ehhez persze fontos, hogy a kezdeményezés is biztosítson elegendő muníciót, és kétoldalú, interaktív viszony alakuljon ki.

**RENDSZERESEN GONDOLD ÁT, JÓ-E AZ IRÁNY:** évente, kétevente érdemes végigvenni, elégedett vagy-e a stratégiáddal.

**KOMMUNIKÁLD:** befelé, a cégedben és kifelé is. Ezt is rendszeresen. Fontos, hogy a céged munkavállalói értsék, mit is miért támogattok. Nem ciki beépíteni a kommunikációs stratégiába, sőt, ezzel is segítesz mert plusz láthatóságot biztosítasz a társadalmi kezdeményezéseknek, és te is egyre hitelesebbé válhatsz a partnereid számára.

**TEDD KI A KÖZÖSSÉGI MÉDIÁ-ba:** Oszd is meg másokkal a saját Harmadik 1%-od, hogy ezzel is inspiráld másokat hasonló vállalásra.

**LEGYÉL RÁ BÜSZKE, HOGY VAN TUDATOS STRATÉGIÁD:** május 1-jén, a MÁJUS 1% NAPON pedig ezentúl minden évben ünnepeld velünk, hogy társadalmi ügyekért felelősséget vállaló üzleti szereplő vagy. Ez a nap alkalmas arra is, hogy évente egyszer végiggondold, biztosan rendelkezted-e az adód 1+1%-áról, és mi a te HARMADIK 1%-od.

**KERESS BENNÜNKET A BRIDGE BUSINESS.HU  
OLDALON, HA SZERETNÉL ÁTGONDOLT STRATÉGIÁT,  
DE ÚGY ÉRZED, SZÜKSÉGED LENNE KÜLSŐ  
PARTNERRE. A MI TÁRSADALMI  
KEZDEMÉNYEZÉSÜNKET PÉLDÁUL AZZAL IS  
TÁMOGATHATOD, HA EZT A SZOLGÁLTATÁST TŐLÜNK  
VESZED IGÉNYBE. SZÍVESEN MEGTERVEZZÜK VELED A  
SZEMÉLYES ÉS/VAGY A CÉGES HARMADIK 1%-ODAT.**



**BRIDGEBUDAPEST**