



Csillogó szemek

TÁRSADALMI HASZNOSSÁGÚ PÉNZÜGYEK | A sikeres befektető, a jó bankár pénzt szeretne keresni. Hacsak lehet, jó sokat. Ám ebben a világban sem csak a profitról szól minden. Vannak, akiket a társadalmi hatás, a fenntarthatóság, a segítségnyújtás szándéka is vezérel. A Figyelő munkatársa olyan szakemberrel még nem találkozott, aki megbánta volna, hogy részt vett ilyen projekteken.

A bécsi Leopoldstadtban (az ottani Lipótvárosban) található a Magdas Hotel. A csinos kis boutique szállodában cikkünk írása idején 70 euróba került egy kétágyas szoba. A Booking.com piacvezető szállásfoglaló portálon több mint ezer visszajelzés érkezett a szálláshelyről, amely összességében kiváló minősítést kapott, de még ezen belül is a személyzetnek adták a legmagasabb egyedi pontszámot. Miért érdekes mindez? A hotelben húsz olyan menekült dolgozik, aki csak nemrégiben érkezett Európába. A szálloda teljesen piaci alapú, üzleti vállalkozás. Munkatársi gárdája ma még nem a leghatékonyabb, így összességében nagyobb a személyi költség, mint egy hasonló hotelben. Ám a hátrányos helyzetű munkavállalók alkalmazása így is bőven megérte a tulajdonosnak. A Magdas ugyanis ingyen és bérmentve kapott olyan pozitív sajtót az osztrák médiában, amelynek reklámfelületi értéke mintegy egymillió

euró lett volna. Ekkora hírverés könnyen garantálja az állandó magas foglaltsági szintet.

BIOLITE

Nézzünk egy másik sztorit! A BioLite egy New York-i startup, amely kicsi, mobil tűzhelyeket fejleszt. Ha a félkilós kis készülékbe elhelyezünk pár faágat és begyűjtünk, akkor megmelegíthetjük felette a levest, de a berendezés a keletkező hőenergia egy részéből elektromos áramot generál, amellyel könnyedén feltölthető a telefonunk. Amíg 5-7 perc alatt megmelegszik az étel, mintegy egyórányi beszélgetési idő nyerhető. A készülék minden paramétere hasznos a fejlődő világban. Hatékonyabb, jóval kevésbé szennyező és nem olyan tűzveszélyes, mint ha egy afrikai gazda tevéülékből rakna tábornitűzet. Ráadásul – vezetékes áram használata nélkül – képes a felhasználót a mobilján keresztül bekapcsolni a globális vérkeringésbe. Ez is hasznos lehet. A BioLite gyárt egyéb-

ként készülékeket a fejlett világ kempingezőinek is, ezek jóval drágábbak. A velük elért nyereség segíti a további fejlesztéseket, de azt is, hogy mérsékelt maradjon a fejlődő országok piacaira szánt készülékek ára. Végül tényleg mindenki jól érzi magát, mert aki a drágább masinát vette, jó érzéssel elkönnyelheti, hogy segített!

MATYÓDESIGN

Magyar példák is vannak. A Matyódesign nevű vállalkozás tulajdonosa, a budapesti családból származó Váczi Rozi gyermekkorában öt évig Tardon nevelkedett, szülei ugyanis itt vállaltak pedagógusmunkát. A falusiak megkedvelték őket, Rozi szeretett visszajárni, és mindig is csodálta az ottani asszonyok hímzéseit. 2010-ben aztán egy nyaraló konyhájában a testvéreivel közösen jutott arra, hogy erre akár vállalkozást is lehetne alapítani, ismertté lehetne tenni ezeket a munkákat. Hat tardi asszony kezdte gyártani a ruházati és szuvenír termékeket, ma már huszonötön dolgoznak. Régen egy webshopon keresztül zajlott az értékesítés, mára már komoly viszonteladói hálózat épült ki.

SOCIAL BANKING

Projektek, amelyek egészen másminyenek, de valamiben mégis hasonlítanak. Üzleti-leg is értelmezhető, de mégis segítenek jól körülhatárolható és bizonyos szempontból hátrányos helyzetű csoportoknak. Menekülteknek, harmadik világban élőknek, vagy éppen egy munkahellyel szűkösen ellátott kistérség lakóinak.

A bécsi Erste Bank impozáns székházában, az Erste Campusban október 3-án hagyományteremtőnek szánt rendezvény



Mobil tűzhely. Sok szempontból hasznos a társadalomnak!

(Creating a new economy) keretében találkoztak olyan emberek – bankárok, vállalkozók, politikusok, civil szervezetek képviselői –, akik hisznek a fentihez hasonló kezdeményezésekben. Találó volt a helyszín – tavaly nyáron a még csak

félíg kész impozáns banképületben, az alsó szinten menekültek fogadására alkalmas termeket alakítottak ki.

Social banking – erről szólt a bécsi minikonferencia. Érdekes fogalom, magyarra nem is könnyű lefordítani. A tü-

kőrfordítás (szociális bankolás) Róbert bácsi ingyenkonyháját idézné, de egyáltalán nem erről van szó. Nem segélyről, nem jótékonykodásról beszélgettek a résztvevők. Tartalmilag talán helyesebb a „társadalmilag hasznos bankolás”, de ez meg túlságosan bonyolult, hosszú elnevezés. Biztos lesz rá frappáns magyar kifejezés, de inkább nézzük meg, hogy miről is van szó!

A lényeg talán úgy fogalmazható meg, hogy az üzlet és a társadalmi hasznosság egymást segítheti, egyáltalán nem ellentétes fogalmak. Aki valamilyen hátrányos helyzetű csoportot felkaroló, nemese célt tűzött ki, akár teheti ezt üzleti alapon is. Nem kell feltétlenül alapítványban, pályázatokban, állami támogatásokban gondolkodni, hanem érdemes lehet átvenni a professzionális mentalitást, a hatékonyságot és az üzleti tervezést. Ahogy az egyik résztvevő fogalmazott: „Nem szükséges feladni az álmainkat, csak meg kellett tanulnunk Excelben álmodni.”

Természetesen, aki nem így szocializálódott, annak nehéz váltani, hiszen a társadalmilag hasznos vállalkozások gondolkodását a folyamatos működés közben kellene átformálni. „Száguldó autó kerekét sem könnyű cserélni” – mondja erről Czafrangó János, az Erste Bank social banking fejlesztésért felelős vezetője. Az Erste mindenesetre annyira komolyan gondolja mindezt, hogy októberben zászlót bontott, és az egész kelet-közép-európai (CEE) régióra kiterjesztett social banking programot hirdetett meg *(ennek részleteiről és a cégvezető Andreas Treichl gondolatairól lásd külön írásainkat)*.

16 MILLIÓAN

Az Erste-csoport zászlóbontásának a részleteit Peter Surektől, a cég social banking részlegének a vezetőjétől hallottuk. Álljon itt pár fontos bullet point:

■ Az Erste által lefedett CEE régióban a lakosság 30 százalékának, összesen 16 millió embernek reális veszély az elszegényedés. Az egyes országok helyzete nem homogén; Szerbiában 40, Csehországban csak 14 százaléknyi ember van a veszélyzónában, de mindenhol masszív tömegekről beszélhetünk.

■ Nem is kérdés: ahogy a világ, úgy a CEE régió is folyamatosan gazdagodik, fejlődik, csakhogy ebből nem mindenki részesül egyenletesen. A kelet-közép-európai régió fent említett, elszegényedéssel fenyegetett csoportjában négy emberből háromnak semennyi megtakarítása nincs a nehezebb időkre. Tíz munkavállalóból hétnek egyáltalán nem nőtt a jövedelme az elmúlt tíz évben, és minden ötödik kelet-közép-európai állampolgár fázik, vagyis képtelen kellően befűteni a lakását.

■ Több országban is aggasztóan magas a fiatalok munkanélküliségi rátája, és a tapasztalatok szerint ha egy fiatal a tanulmányainak a befejezése után 2-3 évig nem kezd el dolgozni, akkor már nem sok esélye marad megkapaszkodni a munkaerőpiacon. Ráadásul a régió szegényebb térségeit, így a Balkánt sorra hagyják el a segélyszervezetek, mert továbblépnek a még szegényebb területek, például Fekete-Afrika felé, de sajnos a Nyugattal ellentétben a keleti országokban még nem igazán lépnek a helyükbe a gazdag magánszemélyek.

■ Egy program természetesen képtelen mindenkin segíteni, de nagyon sokat tehet. Eddig az Erste kezdő vállalkozóknak és szociális intézményeknek indított programjai 5-5 millió euró kihelyezését és ezer-ezer új munkahely létrehozását segítették a térségben, de a tervek ennél jóval merészebbek. 2019-re 5000 munkahely teremtését, 500 társadalmilag hasznos intézmény finanszírozását és 25 ezer alacsony jövedelmű ember helyzetének pénzügyi stabilizálását tűzte ki célul a bank. ●

MAGYARORSZÁGON

Nem feltétlenül kell elhagyni azonban az országot ahhoz, hogy ilyen kezdeményezésekkel találkozzunk. Szeptember végén Budapesten tartott bemutató workshopot a THBE (Társadalmi Hasznosságú Befektetők Egyesülete). Eszter Elemér társalapító, a PBG FMC tőkealap-kezelő elnöke szerint tagjaik célrendszerében első helyen a beruházás által elérhető társadalmi, környezeti, kulturális haszon áll. Mint minden „normális” befektető, a THBE tagjai is profitban érdekeltek, de csak úgy, ha a társadalmi és környezeti érdekek is teljesülnek, ha a befektetés harmóniában van az élő és az élettelen környezettel. Úgy tudjuk, hogy a PBG FMC ebben a szemléletben az első piaci alapú társadalmi hasznosságú befektetési alap

KÉT JÓ SZTORI

A Gubbio „Fehér bot az autizmussal élő gyermekeknek” – így írta le Károlyi Antal, a Traction Tribe vezetője a Gubbiot, amely nemcsak a kicsiknek, hanem a szüleiknek is segít, mert olyan mobilalkalmazás, amely az autista gyermekekkel való kapcsolattartást könnyíti meg. Ők például szavakban nehezen kommunikálnak a fájdalomról, de egy ábrán meg tudják mutatni, hogy hol fáj. Ez a fejlesztés pénzben kifejezve is nyereséges lehet, de jelentős társadalmi hasznossággal is bír. A Traction Tribe megközelítésében három pillér egyaránt fontos: a csapat, a piac és a termék. Attól azonban sohasem fél a korábban nyugati befektetési bankokban palérozódott Károlyi, hogy egy termék kevesek élethelyzetéhez illeszkedik. Ha ugyanis azoknak valóban segít, akkor olyan nagy lefedettség érhető el, amely már üzletileg is értelmezhető. A Gubbio az ország lakosságának csak egy százalékát érinti, de befektetője szerint olyan kitűnő, hogy e körben szinte 100 százalékos lefedettség is elérhető.

A Szimbiozis Alapítvány „Képzeliük el, hogy egy neves zongorista koncertjén vagyunk. Felcsendül a zene, de furcsán szól, hamisnak tűnik. Összenézünk, kínosan feszengünk a helyünkön. Nem erre vettünk jegyet – gondoljuk. Nem tudjuk, mi történt, pedig senki sem hibás, csak amikor behozták a zongorát, egy rakodómunkás megbotlott, a zongora elhangelődött.” Jakubinyi László, az elsősorban értelmileg akadályozott emberek számára segítséget nyújtó Szimbiozis Alapítvány elnöke használta ezt a hasonlatot. Ha valaki a YouTube-on megnézi a Valaki megbotlott című kisfilmet a szervezet működéséről, az egészen biztosan a projektek hatása alá kerül. Sok mindenről szó van benne, értelmes, piacképes termékekhez vezető munkáról, az értelmileg sérült fiatalok aktivitásairól, terápiás foglalkoztatásokról, szociális farmról. „Az alapítványt az Erste good.bee kezdeményezése segíti, a munkatársak szabadidőben végzett munkájával, önköltségen adott banki szolgáltatással, hitellel, tanácsadással, mindez nagyon szerethető munka” – mondta erről Czafrangó János, az Erste Bank social banking fejlesztésért felelős vezetője.●

(social impact fund) elindítását tervezi. Az egyesületnek pedig éppen az a fő célja, hogy minél többen válasszák ezt a megközelítést.

Ahogy a bevezetőben bemutatott példákat is ismertető egykori kockázati tőkes Nikolaus Hutter (Angello Capital Ltd.) megfogalmazta: „Nyereségre kell törekedni, de nem úgy, hogy súlyos tételeket kihagyunk a mérlegből, pusztán azért, mert azok nem a vállalat szintjén

jelentkeznek. Mérlegen kívül maradó költség például a szennyezés, míg mérlegen kívül maradó haszon lehet az elégedettség, a jobb minőségű élet.”

A profit és a GDP nem lehet önmagában jó mérőszám. Ki ne ismerné a GDP hátulütőit? Egy boldog család alighanem nagyobb érték a világnak, mint a szülők keserű válása, még akkor is, ha a friss szinglik az egy tévé és egy mosógép helyett a jövőben kettőt használnak. Nőtt

a bruttó hazai termék, de jobb lett a világ ezzel a válással?

A kapitalizmus óhatatlanul leegyszerűsítve gondolkodik. A boldogság egyenlő az anyagi jóléttel. Ez a megközelítés egyszerű, mint a faék, biztosan érdemes rajta változtatni, de azért nem könnyű egységesen meghatározni, hogy miként is mérhető a társadalmi haszon. Impact economy – ez volt Hutter kulcskifejezése, vagyis a lényeg a hatás, természetesen a társadalomra pozitív hatás. Egy felmérés szerint Costa Rica a világ legboldogabb országa, pedig nem náluk a legnagyobb a GDP. Minden szinten, vagyis az ember, a cég, a közösség és a társadalom szintjén is vannak olyan tényezők (a személyes jó érzés, a boldog élet, a hitelesség, az igazságosság, a kohézió, a béke, a fenntarthatóság), amelyeket jó lenne valamiképpen belevennünk egy ilyen összetettebb mérésbe.

HOL TARTUNK?

A világ folyamatosan gazdagodik, fejlődik, ám még mindig sok a baj, nem számoltuk fel a szegénységet, de még az éhezést sem, nő a szennyezettség, az egyenlőtlenség, tombol a migráció, erősödik a klímaváltozás. Pedig még a szerényebb becslések szerint is akár 9 milliárd embert is simán el tudna látni bolygónk a jelenlegi fejlettségi szinten (olyan becslés is van, amely szerint akár 80 milliárdan is élhetnének egyszerre). A probléma ezek után csak az elosztás lehet. Hutter példája szerint ma a világban a megtermelt élelmiszer 35 százalékát egyszerűen kidobjuk.

Miért van az, hogy jó minőségű oktatást, iskolát, fizikai biztonságot, gyógyszereket nem tudunk egyenletesen teríteni a világban, de a vállalkozói szféra egy Coca-Cola elnevezésű barna, cukros folyadékot mindenhová eljuttat? Az impact economy célja az lehetne, hogy ►

a gazdasági szféra elképesztő hatékonyságát, tudását és hatalmát a jó szolgáltatába állítsa.

MIÉRT JÓ EZ EGY BANKNAK?

De miért tartja mindezt fontosnak egy pénzintézet, amely inkább jelképe szokott lenni a tiszta kapitalizmusnak? Az Erste felfogásában nem adományról van szó, hanem a social banking valódi banki szolgáltatások nyújtásáról, ha kell, ügyfélszerzésről szól, de úgy, hogy mindig a társadalmi cél marad az elsődleges, és nem a profit. Aki mindebben az üzleti megfontolást keresi, ráfoghatja az Erste bejelentésére, hogy a bank csak leendő ügyfeleket szeretne kinevelni. Ha ugyanis egy hitelintézet olcsó folyószámlát kínál ma egy munkanélkülinek, vagy hitelt ad egy szociálisan érzékeny vállalkozásnak, akkor azok majd lojálisak maradnak hozzá, amikor már komolyabb pénzforgalmat generáló valódi ügyfelekké válnak. Biztosan így van. Ez valóban cél lehet.

De ne zárjuk ki az ennél magasztosabb megközelítéseket sem! Többek között azt, hogy jobb érzés egy olyan intézményben dolgozni, amelyik segít. Az Erste például 2006-ban alapította meg a Die Zweite Sparkasse elnevezésű pénzintézetét, ahol 350 erstés dolgozó önkéntesként, a szabadidejében végez munkát. Ingyenes folyószámla-megoldásokkal és tanácsadással banki szolgáltatást nyújtanak olyan embereknek, akikkel amúgy senki sem bankolna. 15 ezer ügyfelük van. És a munkavállalók szeretik ezt csinálni. Jó dolog segíteni. Azt pedig nem lehet eléggé hangsúlyozni, hogy mely segítség lehet annál értékeesebb, mint ha valaki embereknek, családoknak a szenvedés helyett elhozza a nyugalmat, a biztonságot.

AMI VAN - AMI NINCS

Emelkedett szavak, na de térjünk vissza egy kicsit két lábbal a realitásokhoz! Merjünk nagyok lenni, de azért túlzó elvárásokat ne fogalmazzunk meg. A té-

ÚJRATERVEZÉS

■ Andreas Treichl, az Erste-csoport vezetője szerint a social banking egy definíció szerint voltaképpen arról szól, hogy egy pénzintézet olyan ügyfeleknek is banki szolgáltatást nyújt, akik kilógnak a sztenderdekből, és egyedi kockázatkezelést igényelnek. Treichl elmesélte, hogy az Erste 1818-as alapításakor a bankolás még csak a vagyonos emberek sportja volt, a hitelintézeteknek csak velük volt érdemes foglalkozni. Az Erste azonban az átlagemberek pénzét is befogadta, így indult a története.

De vajon van-e ma létjogosultsága a social bankingnak? A kérdésre nem is olyan egyszerű a válasz, hiszen a szabályozás csak szigorúbbá vált. 2008 után, a nagy pénzügyi válság nyomán nagyon megerősödött a bankok szabályozásának az igénye. A regulátorok szigorú előírásokat fogalmaztak meg, nehogy még egyszer adófizetői pénzből kelljen megmenteni a pénzintézeteket. Ebben talán túlkapások is voltak. Treichl találó példája szerint olyan volt ez, mint amikor a közlekedési hatóság célul tűzi ki, hogy egyetlen baleset sem történhet az autópályákon. Előbb 130 kilométer/óráról leviszik 100-ra a megengedett sebességet, de még akadnak balesetek, így 80-ra, 60-ra, 40-re, 20-ra korlátozzák. Ám még mindig történnek kisebb koccanások, így aztán leviszik 0-ra a megengedett maximumot. Ekkor végre elégedetten hátradőlhetnek, hiszen nincsen több baleset, csak éppen valaki végre észreveszi: maga a közlekedés is megszűnt.

Egy social banking üzletág voltaképpen kimondja: „Nem szeretnénk megfelelni a sztenderdeknek. Hiszen olyan területeken szeretnénk hitelt nyújtani, ahol nem biztos az elvárt jövedelem kitermelése, ahol nem kellő a fedezettség.” Van tehát rizikó, de ez nagyon szimpatikus kockázatvállalás, ahol óriási lehet a haszon. Nem pénzügyileg, hanem a társadalom számára. Embereket, családokat lehet megmenteni.●

ma neves szakértője, Johanna Mair, a Stanford University professzora szerint a social banking nem tud mindent megoldani, nem képes az egész rendszert megváltoztatni, ahogyan nem fog mindenki számára érvényes modelleket sem adni. Semmit sem érdemes egy az egyben lemásolni, nincs egyedül üdvöztető megoldás, de ha az üzleti, a civil és a politikai szféra összefog, ha bizalommal fordul egymás felé, akkor nagyon nagy eredményekre képes. Ebben egyformán fontos a pénzügyi finanszírozás, a tudásbővítés (mentoring és képzés), valamint a befektető kapcsolatrendszerének az átadása. Ma már rég túlléptünk azon a jogos, de túlságosan is „basic” megközelítésen, hogy egy etikus befektető nem investál fegyvergyártóba, dohány-, alkohol- vagy pornócégbe. Ez is valami, de nem elég.

A társadalmilag hasznos befektetőknek segíteniük is kell a jó vállalkozásoknak. A THBE adatai szerint tavaly világszerte 15,2 milliárd dollárt investáltak társadalmi vállalkozásokba. Az ilyen befektetések középpontjában az értékteremtés áll, legyen az társadalmi, környezeti vagy kulturális hatás. Ezt a szemléletmódot szeretné terjeszteni a THBE Magyarországon és a régióban. Aki minderről azt gondolja, hogy ez csak valami zöld vagy civil bullshit, annak érdemes egyszer részt vennie egy social banking vagy social entrepreneurship konferencián. Aki ugyanis meghallgat pár jó sztorit, vagy megnéz két-három kisfilmet, ahol csillogó szemű segítők vagy megsegítettek mesélnek magukról, annak mindezt már nem kell magyarázni. Jóérzésű ember biztosan elszoruló torokkal nézi majd, ahogy egy piaci vállalkozás abban segít, hogy mélyszegény területeken született tehetségek kibontakoztassák a talentumukat. De akkor már egészen biztosan elcsuklik a hang, amikor értelmi fogyatékos fiatalok csodálatos piacképes termékeket gyártanak és piaci fizetést kapnak. Na, ők nem fognak adót elkerülni, hanem nagyon büszkék lesznek arra, hogy adófizető polgárokká váltak.

BRÜCKNER GERGELY

HIRDETÉS

Első lépések a nemzetközivé válás útján

A JÁNOSIK ÉS TÁRSAI Kft. ez év október 1-jétől 24 Tesco áruházban végezhet takarítási szolgáltatást Szlovákia területén – tájékoztatott Jánosik Lajos, a cég tulajdonosa.

A Jánosik Kft. több mint 10 éve van jelen a hazai szupermarketek, áruház láncok takarításában. A jól végzett, minőségi munkájuk, híre átjutott az országhatáron túlra, így a cég felkérést kapott a szlovákiai