



# HEAD UUDISED

2007 - 3

ÜHISKONDLIKU  
VASTUTUSE ERI

## NOORED KOOLI



**Sügisel 2007 alustasid esimesed 11 noort õpetajat Harjumaa ja Tartumaa koolides.**

Noored Kooli on haridusprogramm, mis tegutseb selle nimel, et igal lapsel Eestis oleks võimalus saada hea haridus. Programmi algatasid Heateo Sihtasutus ja Hansapank.

SELLES NUMBRIS

ÜHISKONDLIKULT VASTUTADA VÕI MITTE?

INTERVJUUD KUUE EESTI ETTEVÕTTEGA

## SISUKORD

VASTUTADA VÕI MITTE VASTUTADA, SELLES ON KÜSIMUS LK 2-3

INTERVJUUD HILL & KNOWLTONI, UNIPRINDI JA FONTES PMP-GA LK 4-5

INTERVJUUD EESTI PÄEVALEHE, TNS EMORI JA HANSAPANGAGA LK 6-7

Head Uudised on kokku pannud Heateo Sihtasutus ja Noored Kooli Sihtasutus. Trükitud taaskasutatud paberile ja valminud vabatahtlike abiga.

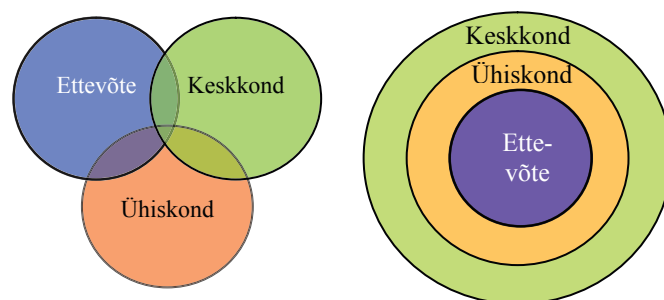


# VASTUTADA VÕI MITTE VASTUTADA, SELLES ON KÜSIMUS

OLEME HEADE UUDISTE EELMISTES NUMBRITES PÕÖRANUD TÄHELEPANU VÄÄRT ALGATUSTELE, MIS AITAVAD LAHENDADA OLULISI PROBLEEME EESTI ÜHISKONNAS. SELLES NUMBRIS ON LUUBI ALL MITTE SOTSIAALSED ETTEVÕTJAD, VAID ORGANISATSIOONID, KES NENDE ARENGUT TOETAVAD. RÄÄGIME **ETTEVÕTETE ÜHISKONDLIKUST VASTUTUSEST**.

Mida tähendab ettevõtte ühiskondlik vastutus? Kui mõtleme ettevõtete tegevuse eesmärgile, seostub see tõenäoliselt kõigepealt kasumi teenimisega. Ettevõtte ühiskondliku vastutuse puhul küsime, *millisel viisil* ettevõtte oma kasumit teenib.

Traditsiooniline lähenemine käsitleb ettevõtteid üksustena, mis omavad teatud puutepunkte ümbritseva keskkonna ja ühiskonnaga. Keskkonda ja ühiskonda nähti "vahenditena" kasumi teenimisel – toormaterjali, tööjõu või tarbijatena. Nüüdsel ajal vaadeldakse ettevõtteid osana laiemast süsteemist – nad on osa ühiskonnast, mis on omakorda osa keskkonnast. Iga ettevõtte tegevus avaldab ühiskonnale ja keskkonnale mingisugust mõju.



*Traditsiooniline ning uue aja ettevõtte, ühiskonna ja keskkonna vaheliste seoste käsitus (Charlie O'Malley)*

Siit sünnibki ettevõtte ühiskondliku vastutuse (mida mõnikord nimetatakse ka vastutustundlikuks ettevõtluseks) määratlus: see on nii keskkondliku kui ka sotsiaalse mõõtme integreerimine ettevõtte juhtimisse. Ettevõtte võtab vastutuse ja aktiivse rolli oma mõju eest ning see saab ettevõtte kasumi teenimise protsessi osaks. Ettevõtte ärilisi eesmärke ei vaadata enam eraldiseisvana, vaid tihedas seoses ühiskonna ja keskkonnaga.

Suurim positiivne mõju sünnib vastutustundlikust tegevusest ettevõtte, ühiskonna ja keskkonna jaoks siis, kui see toimub läbimõeldult ettevõtte strateegia järgi ning ettevõtte töötajate ja teiste osapoolte üheselt mõistetud põhimõtete alusel.

## Tallinna linn

Vastutustundlik ettevõtte on nagu Tallinna linn, mis kunagi päris valmis ei saa. Tegemist on pideva õppimise protsessiga, kus eelnevatele kogemustele ja teadmistele tuginedes leitakse üha nutikamaid ja läbimõeldumaid lahendusi. Need väljenduvad selles, et saavutatakse nõu võidand-võidand efekt – ettevõtete tegevus toetab sotsiaalse keskkonna ja looduskeskkonna jätkusuutlikkust ning samas on kasulik ka ettevõttele endale. Mõned näited positiivsetest mõjudest, mida ettevõtte on nimetanud: tegevuskeskkonna parem tundmine ja innovatsiooni kasv (läbi erinevate osapoolte kaasamise ettevõtte tegemistesse), rahaline kokkuhoid (nt energiat säästes), motiveeritud töötajaskond (tunnetaades, et nende ettevõtte hoolib), hea maine klientide ja ühiskonna silmis laiemalt (teades, et ettevõtte on usaldusväärne ning panustab jätkusuutlikku arengusse).

Mida teha, et olla ühiskondlikult vastutustundlikum ettevõtte (aga ka mis tahes muu organisatsioon)?

1. Kasutage printimisel ja kooptate tegemisel paberi mõlemat külge. Kontorist lahkudes lülitage välja valgustus, arvutid ja muu tehniline varustus.

2. Soodustage töötajate tervislikku eluviisi. Pakkuge tervislikku töökeskkonda, innustage neid oma tervise eest hoolt kandma, aitake neil tasakaalustada töö- ja eraelu.

3. Julgustage oma töötajaid aitama kaasa algatustele, mida nad peavad ühiskonnas oluliseks ja mis on tähtsad ka teie ettevõtte arengu jaoks tervikuna.

4. Otsige pidevalt võimalusi oma toodete/teenuste loodus- ja inimsõbralikumaks muutmiseks, leidke oma tegevusprotsessi jääkidele taaskasutamise võimalusi.

# Ammende Villa Pärnus

Ammende Villa on hea näide vastutustundlikust ettevõttest. Seal on keskkaks põhimõtteks hooliv suhtumine ümbritsevasse keskkonda – nii loodus- kui ka inimkeskkonda. Hoonete renoveerimisel on kasutatud naturaalseid materjale – värvid värvimullast ja munadest, põrandatel naturaalsed villased vaibad ja ruumides naturaalsed tekstiilid. Ammende Villa oli üks esimestest hotellidest Rohelise Võtme programmis – see tähendab, et ettevõttes järgitakse keskkonnasõbralikkuse nõudeid. Olulist tähelepanu pööratakse autentse juugendstiilis keskkonna säilitamisele ning selle hooldamisele kõigile huvilistele avatuna. Hotelli restoranis pakutav söök on tervisesõbralik, modifitseerimata ja eelistatult eestimaiselt toorainest. Töötajate värbamisel eelistatakse kohalikke noori – et pärnakatel oleks jätkuvalt põhjust Pärnus olla ning leida kodukohas eneseteostusvõimalusi.

Kohaliku elu edendamiseks ja linna hooajalisuse probleemide vähendamiseks korraldab Ammende Villa aasta ringi kultuurisündmusi, kontserte ja kunstinäitusi. Kooliõpilastele tehakse etiketikursusi, mida viivad läbi Ammende Villa töötajad. Õpilastele räägitakse, kuidas käituda ja olla pidulikel õhtusööki või ka lihtsalt restoranikülastusel, et nad ei peaks neid kartma. Kursuste juurde kuulub praktika – eine Ammende Villas, et õpilased saaksid ka päriselt kogeda, kuidas käib söömine, kui nende ees on tavapärasest rohkem nõusid ja nugekavleid. Regulaarselt toetatakse Maarja Kodu. Samuti kingitakse Ammende Villa tooteid-teenuseid Eakate Päeval ja auhinnaks mitmesugustel võistlustel.

CSR Baltic projekti raames on Ammende Villa tunnustatud 2007. aastal Baltimaade vastutustundlikemaks väikeettevõtteks.

5. Pange töötajate ringis paika oma ettevõtte vastutustundlikkuse põhimõtted, millest saaksite igapäevaselt juhinduda. Rääkige oma tegevusest ka laiemale ringile – ettevõtte koduleheküljel, kommunikatsioonimaterjalides.

## Eesti ettevõtete ühiskondlik vastutus

Koos meie ühiskonna arenguga pärast taasiseseisvumist ja seotuse tõttu Euroopa Liidus toimuvaga on ettevõtte ühiskondliku vastutuse teemad Eestis järjest aktuaalsemaks muutunud. 2005. aastal leidsid Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi (vt [www.csr.ee](http://www.csr.ee)) poolt kokku kutsutud mitmete ühiskonnasektorite esindajad, et oleme jõudmas faasi, kus „raha on juba teenitud“ ning aeg on küps järgmisteks sammudeks.

Kuigi ettevõtte ühiskondliku vastutuse mõiste ja strateegiline terviklähendamine on Eestis veel mõnevõrra võõrad, rakendavad paljud ettevõtted oma tegevuses selle mitmeid tahke. Hiljuti avaldas Eesti Kaubandus-Tööstuskoda (vt [www.koda.ee](http://www.koda.ee)) kogumiku Eesti ettevõtete ühiskondlikult vastutustundliku tegevuse näidetega.

2007. aastal on asunud vastutustundlikke ettevõtjaid tunnustama ka kohalikud omavalitsused – vastavad auhinnad on nii Tartu linnal kui ka Tallinna linnal. Vastutustundliku Ettevõtluse Foorumi ja Äripäeva koostöös käivitatakse oktoobrikuus vastutustundliku ettevõtluse indeks, mille eesmärk on aidata ettevõtetel mõtestada, hinnata ja edendada oma tegevuse majanduslikku, sotsiaalset ja keskkondlikku mõju.

2007. aastal viis PW Partners Eestis läbi vastutustundliku ettevõtluse uuringu väike- ja keskmise suurusega ettevõtete seas, mille järgi hindasid ettevõtted kõrgeimalt vajadust tegutseda töötajate heaolu parendamise nimel (sh koolitused, töökeskkond, peresõbralikkus, paindlik tööaeg) ning aktiivset osavõttu kogukonnas toimuvast. Vastutustundlikke tegevusi võetakse ette peamiselt ettevõtte juhtide ja töötajate isiklikest vaadetest lähtuvalt, samuti ka soovist tõsta ettevõtte konkurentsivõimet. Vastutustundlikule toimimisele suurema tähelepanu pööramise tulemustena nähakse töötajate motivatsiooni ja meeskonnatunde suurenemist, ettevõtte pikaajalise edukuse kasvu, klientide lojaalsuse ja ettevõtte maine tõusu.

## Vastutustundlikkus ja heategevus

Heategevus ja Noored Kooli puutuvad kõige rohkem kokku ettevõtete kaasamisega oluliste ühiskondlike probleemide lahendamiseks. Lisaks PW Partnersi uuringule on suuremat valmisolekut ja ka reaalset panust heategevuseks indiviidi tasemel mitme aasta jooksul kaardistanud TNS Emori uuringud.

Järgnevatel lehekülgedel saab tutvust teha kuue ettevõttega, kes on ühel või teisel viisil ühiskonna arengut toetanud. Nende vaated ja kogemused on mitmes mõttes iseloomulikud ja üle kantavad paljudele Eesti äri sektorist. Viimastel paaril aastal on tunnetatud vajadust läbimõelduma heategevuse järele. Ammendama hakkab end ühekordsete sponsorkontsertide aeg, otsitakse võimalust pikaajaliseks ja sisulisemaks koostööks, mis hõlmaks suuremat osa töötajaskonda. Samuti nähakse ühiskondlike probleemidega tegelemise võimalusi õppida ja väärtuslikke kogemusi omandada. Mainitakse positiivsetele väärtustele üles ehitatud töökeskkonna loomist.

Vastutustundlikkus algab meist endist ning igapäevaotsustest, mida teeme nii isiklikul kui ka ettevõtte tasandil. Olgu selleks siis säästlik ringikäimine trükipaberiga või töötajatele HIV-enetuskoostöö läbiviimine.

## Hill & Knowlton

on kaasa löönud „sotsiaalse ettevõtluse“ mõtestamisel koos Heateo Sihtasutusega, nõustanud Terve Eesti Sihtasutuse HIV-ennetusprogrammi ning koolitanud ja toetanud oma teadmistega nii noori õpetajaid, kes osalevad Noored Kooli haridusprogrammis, kui ka Noored Kooli töötajaid. Vestlusest Daniel Vaariku ja Evelin Ojametsa-ga selgub, miks nad pealtvaatamise ja kirumise asemel eelistavad aktiivselt tegutseda.

Mida tähendab teie jaoks heategevus?

Daniel: Esiteks oleme aru saanud, et on väga tähtis, kellele see on suunatud. On hästi suur vahe, kas sa lihtsalt annad oma panuse – ja siis täpselt ei tea, mis sellest saab – või annad selle inimestele, kellest sa tõesti tead, et nad oskavad sellega midagi peale hakata. Usun, et ettevõtlussektor üldiselt teeb head parema meelega siis, kui ta on kindel, et toetatav algatus läheb käima.

Ja muidugi tuleb küsida, milleks sa heategevust teed – üks asi on sponsorlus, mille eesmärgiks on tihtipeale ettevõtte soov oma logo näha ja et seda projekti kindlasti kajastataks meedias. Meie kogemus näitab, et kui midagi vastu ei taha, tekib hoopis uus tunne, mis on väga mõnus ja vabastav.

Evelin: Üldiselt on nii, et ettevõtte küll teavad, mis on sotsiaalne vastutus, aga millised on selle vormid, seda veel ei mõisteta. Näiteks et igal pool ei pea tingimata tulemuseks olema ulatuslik meediakajastus või logo eksponeerimine. Sageli võetakse kõiki heategevuslikke projekte ühe malli järgi – kui palju oli investering versus kajastus või kontaktide arv, mis me saime. Teisisõnu, valitseb

pelgalt reklaamilik või turunduslik lähenemine.

Ma arvan, et lõpptulemusena on heategevusele ilmselt avatumad need ettevõtted, kes ise soovivad õppida. Õppimist on selle juures isegi võimatu vältida.

Heategevust ja sotsiaalset vastutust eristab sponsorlusest see, et oled ilma kiiret ja nähtavat kasu vastu saamata andnud oma panuse millegi olulise sündi, aidanud kaasa millelegi, millel on laiem eesmärk.

Mis kasu võiks olla ettevõttele heade algatuste toetamisest?

Daniel: Ma arvan, et lõpptulemusena on heategevusele ilmselt avatumad need ettevõtted, kes ise soovivad õppida – heategevus on väga hea õppimise moodus. Õppimist on selle juures isegi võimatu vältida. Seega võib pragmaatilisest vaatepunktist

läheldes öelda, et heategevus õpetab paremini äri ajama. Heategevuse olemuse tõttu saad sealt kogemusi, mis on natuke teistsugused ning teevad sinust suure tõenäosusega natuke parema konsultandi. Niimoodi vaadates ei tunne, et head tehes oleksid midagi kaotanud või ära andnud. Pigem oled hoopis võitnud.

Mida te ütleksite edasi teistele ettevõtetele – mis on olnud teie õppetund paari viimase aasta jooksul, mis puudutab toetamist ja heategevust?

Daniel: Ma ütleksin seda, et võib Eesti mehe lemmiktegevusega tegeleda ja minna õhtul kuhugi valitsust kiruma. Aga see on

psüühilist pinget tekitav tegevus. Parem oleks hakata tegutsema. Mitte rääkida, et kõik on halvasti, vaid lihtsalt minna ja üles leida need kohad, kus saab midagi muuta.

Evelin: Emotsionaalse poole pealt on see tekitanud lihtsalt väga hea tunde. Et oled oma teadmisi parimal viisil kasutanud, kedagi millekski innustanud... Näinud, kuidas veel esialgu lapsekingades idee jõuab esimeste konkreetsete tulemusteni ja siis järgmisteni. Pragmaatilisema poole pealt muidugi mõtteviisi avardamine, uued teadmised ja oskused, palju uusi tuttavaid väga mitmesugustel elualadel.



## Uniprint

on Eesti trükikoda, mis valmistab kõrge kvaliteediga trükitooteid. 2005. aastal algatasid nad projekti „Lastekodust kõrgkooli“, mis toetab lastekodust pärit noorte kõrghariduse omandamist. Nad on toetanud Eesti kodutute jalgpallimeeskonda ning andnud koos Heateo Sihtasutusega välja ajakirja Head Uudised. Firma ühe omaniku Andrus Reinsoo ning turundusjuhi Mart Männiste meelest on heategevus pigem pikaajaline ja arendav koostöö kui ühekordsed projektid.

Kuidas sünnivad toetamise otsused? Ja kas need lähevad aastatega järjest raskemaks?

Andrus: Pigem ei lähe raskemaks, sest meil endal on selgemaks saanud, mida me teha tahame. Kui on olukord, kus saame juba piskuga aidata, siis teeme seda muidugi alati hea meelega. Aga suuremate heategevusprojektide puhul on põhiline, et oleks arusaam ja teadmine, kuhu jõuda tahetakse.

Mart: Toetusotsus lähtub selli-

sest filosoofiast, et aita neid, kes ise ka ennast aitavad. Mõnest abipalvest kumab läbi appikarje – et kui te aita meil seda tuhandet flaiirit teha, siis jääb kogu suursündmus ära. Sellistel puhkudel saad aru, et see üritus ei lähe niikuinii korda. Samas, kui eelmisel aastal oli Lastemessil beebide loovustuba, küsiti meilt paberijääke. Loomulikult me anname kotitäie paberijääke, sest neid saavad lapsed rebida ja kleepida, arendades oma loovust – ja see ei võta meilt tükki küljest ära.



Uniprindi asendamatu stants Heidelberg Cylinder

**Mis on teie meelest heategevus? Kas selle tähendus on aja jooksul muutunud?**

Andrus: Mulle tundub, et heategevus on pigem pikaajaline ja pidev koostöö kui ühekordsed projektid või ühekordsed kontserdid. Mitte raha jagamine, vaid ise tegemine, mõtlemise muutumine on oluline. Mitte see, et viskan indulgentsi – 100 000 krooni – ja siis olen oma töö teinud. Minu puhul on küll nii, et see, mida ma pidasin heategevuseks 2004. aastal, erineb kardinaalselt sellest, mida see tähendab praegu.

Mart: Heategevus võiks haakuda ettevõtte üldpildiga. Ei ole mõtet toetada ühe käega kosmoseagentuuri ja teise käega sünnitusmaja, siis jääb arusaamatuks, millises suunas ettevõtte tegelikult tahab liikuda. Suures plaanis oleme meie enda teeks valinud sotsiaalse ettevõtluse toetamise ning samuti peame oluliseks, et heategevus oleks koostöö, mitte ainult andja ja võtja suhe.

**Kuidas reageerivad heade algatuste toetamisele ettevõtte töötajad?**

Mart: Kui kodututega jalgpalli mängisime, saime kokku nii võistkonna kui ka tubli portsu kaasaelajad, mis näitab, et inimestel on huvi tulla, vaadata ja toetada. Eks töötajad ikka

teavad, on kursis. Usun, et neil on hea meel.

Andrus: Tähtis on, et nad tunneksid, et seal on ka nende osa – et mitte ei räägita ainult juhtkonna rahaannetustest, vaid pigem ettevõttest, kes tegeleb heategevusega mitmel tasandil. Kes mängib jalgpalli, kes annab raha, kes toob oma vanu asju. Ma arvan, et me peaksimegi õppima, kuidas seda teadmist töötajateni viia, ja näitama kätte võimalused, kuidas kaasa lüüa.

Heategevus võiks haakuda ettevõtte üldpildiga. Ei ole mõtet toetada ühe käega kosmoseagentuuri ja teise käega sünnitusmaja.

**Milline on teile isiklikult olnud eredaim kogemus toetajana?**

Andrus: Ereda hetke asemel pigem selline süvenev rahulolu. Rohkem selline tunne.

Mart: See peabki olema selline rahulik ja sihipärane tegevus, kuhu abikäe ulatamisi tuleb tasapisi juurde.

## Fontes PMP

on personaliettevõtte, mis abistab organisatsioone sobivate töötajate leidmisel ja valimisel, inimeste hindamisel ja arendamisel. Ettevõtte aitab otsida talente Noored Kooli programmile ja Uuskasutuskeskusele ning toetab rahaliselt Heateo Sihtasutuse tegevust. Toetamine on Fontese jaoks võimaluseks näidata – meie teeme, tehke teie ka. Ühiskonna probleemid ei lahene, kui me midagi ette ei võta, usuvad Fontese partnerid Külli Lilleorg ja Piret Jamnes.

**Kuidas olete jõudnud praeguste projektide toetamiseni?**

Külli: Kui saime järjest rohkem toetamise ettepanekuid, hakkasime endalt küsima, milliseid sõnumeid me toetamisega edastame. Tundus, et see oli hästi juhuslik. Iga kord lõppes arutelu sellega, et peaksime otsustama mingite põhimõtete kasuks – ning kuskile kindlamalt ja süsteemsemalt öla alla panema. Nii saimegi tuttavaks Heateo Sihtasutuse ja sotsiaalse ettevõtlusega.

Toetatavate projektide juures vaatame, et oleks olemas ühised huvid. Näiteks on meil praegu soov arendada talendijuhtimist Eestis. See sobib väga hästi sisulise panusega, mida oleme andnud Noored Kooli programmi – on see ju järgmise põlve talentide arendamine.

Piret: Olulised on ka inimesed, kellega koostöö ette võtame. Hindame vastastikust lugupidamist ja arusaamist.

Toetamine on selge sõnum selle kohta, mida me väärtustame. Tahame näidata, mida me teeme ja öelda teistele, et tehke teie ka. Ühiskonna probleemid ei lahene, kui me midagi ette ei võta.

**Kuidas suhtuvad toetamisse Fontese töötajad? Millist mõju see avaldab?**

Külli: Kui hakkasime Noored Kooli osalejate kompetentse kaardistama, siis nägime, et sellest saadi innustust. Pakuti lisajõudu, öeldi, et andku ma ainult teada, kui nemad ka saavad aidata.

Piret: Oluline ongi inimeste enesetunne ja kasu, mis nad sellest tunnetavad. Kui keegi midagi teeb ja sellest vaimustub, siis tahavad teised ka midagi sarnast teha. Jälgime, et algatused, milles otsustame osaleda, olekski sellised.

**Kas on paika pandud ka valdkonnad, mille toetamisega tahate olla seotud?**

Külli: Meie töö on ajuti väga pingeline, seepärast ei saa me ette võtta palju erinevaid projekte. Kui me midagi teeme, siis tahame, et see algatus tõeliselt edasi areneks, tahame siiralt osa võtta, mitte lihtsalt kirjas olla. Sisuline pool on oluline, nii saame uni-kaalse kogemuse ka ise.

Kui me midagi teeme, siis tahame, et see algatus tõeliselt edasi areneks, tahame siiralt osa võtta, mitte lihtsalt kirjas olla.

Piret: Senini oleme peamiselt lähtunud võimalustest, mis meile on pakutud. Need on hästi sobinud, kontseptsioon ja strateegia on tulnud tagantjärele.

Külli: Kui algatus, millega tööta- me, hakkab iseseisvalt hästi toime tulema, siis tahame asuda mõne teise projekti toetamise juurde.

Fotol Piret Jamnes





## Eesti Päevaleht

toetab häid sotsiaalseid algatusi reklaamipinnaga. Edukaks saavad lõppkokkuvõttes need projektid, millest sünnivad hiljem lehes artiklid. Lähemalt küsitlesime Eesti Päevalehe vastutavat väljaandjat Aavo Kokka ja turundusjuhti Katre Kasmelit.



**Millised on need kriteeriumid, mille alusel otsustate, et „seda algatust võiks toetada“?**

Katre: Me püüame kõiki aidata. Tavaliselt käib see suuremate ja väiksemate reklaamide kaudu. Kui on korrektne ja hästi planeeritud projekt – on näha, et plaan on läbi mõeldud ja tegijatel tõi taga, siis toetame. Oleme päris paljusid aidanud, kellelegi naljalt ära ei ütle. Osade puhul on lihtsalt pinnad suuremad, osade puhul väiksemad.

Aavo: Põhimõte on, et paneme tasuta ürituse reklaami alati lehte, kui on ruumi. Seni ei ole kordagi juhtunud, et ei oleks ruumi. Mis tagab selle, et kõik ühekordsed üritused – kellelgi on näiteks heategevuskontsert – jooksevad alati otse reklaami-

osakonda, siin ei pea mingi suur juht eraldi midagi otsustama.

**Milline on peamine kasu, mis ajalehe tegevusest sünnib?**

Aavo: Sisuliselt on meil kaks viisi, kuidas ajaleht saab aidata:

-----  
Kui on korrektne ja hästi planeeritud projekt – on näha, et plaan on läbi mõeldud ja tegijatel tõi taga, siis toetame.  
-----

trükkimise ära reklaamid ning suudame artiklite abil võimendada teatud asju. Kuid artiklid ei sünni käsu korras. Artiklite ilmumise üle otsustavad toimetajad. Selleks, et nad otsustaksid, peab projektis olema mingi lugu, mida saab jutustada. Artikli ilmumine ongi tegelikult viide sellele, et projekti korraldajad on hästi tööd teinud.

**Aga mis võiks olla see, mis paneks ühte ajakirjanikku huvi tundma?**

Aavo: Ajakirjanikule võiks esimesena jutustada huvitavat lugu. See on see, mis teda motiveerib. Ta ei lähe sellisesse kohta, mis on igav.

**Kas toetamise koha pealt olete kunagi mõelnud, et võiks seda**

**teha strateegilisemalt, näiteks teatud kirjapandud valdkondadele või väärtustele keskendudes?**

Aavo: Me usume, et väärtusi pole vaja kirja panna, et paremini heategevust teha. Küll me ära tunneme, mis on hea ja mis mitte. Me teeme ju iga päev lehte. Kümned inimesed otsustavad igal õhtul, millistest väärtustest lähtudes artikleid esitada. See aga eeldab, et inimesed tajuvad põhiväärtusi sarnaselt. Seega kui meile laekub taotlus ja see meile kõigile meeldib, siis on hea asi.

Katre: Sponsorlusstrateegiat on sotsiaalkampaaniate puhul raske järgida, sest – keda sa kõrvale jäätad? Üleriigilisi päevalehti ei ole palju, kuhu need lähevad, kes neilt toetust ei saa...



## TNS Emor

on turundusuuringute ettevõtte, kelle igapäevatööks on ühiskondliku teabe kogumine ja selle mõtestamine. Viimasel kahel aastal on ettevõtte aidanud kodanikeühendustel uurida heategevuse potentsiaali Eestis, samuti mõõtnud mitmete sotsiaalkampaaniate mõju. Sõnumite vahendajana peetakse tähtsaks, et oma häält saaksid kasutada ka need, kel vähem võimalust selle eest maksta. Küsimustele vastasid ettevõtte tegevjuht Karin Niinas ning turundusjuht Ülle Pärnoja.



**Mis on heategevuse peamine väärtus ettevõttele?**

Karin: Ettevõtte on ikkagi inimesed, kes ettevõttes töötavad. Oluline on jagatud tunne, et see, keda sa aidad, saab abi. Ettevõtte tasandil võib lisaks toimuda kalkulasioon, et mida toetamine veel annab, aga see pole põhiline. Heategevuse puhul mõtleme ikkagi mingis teises dimensioonis, mitte kasumi peale. Mina

isiklikult tunnen, et see peab mind puudutama. Puudutus sünnib siis, kui tunnetan seosust ühe inimgrupiga või mingisuguse probleemiga.

Ülle: Kui me korraldame TNS Emoris mõne aktsiooni – näiteks jõulukinkide kogumise lastele või kevadise suurkoristamise – siis see muudab töökeskkonda paremaks. Ühest küljest annab see sisemise tunde, teisest küljest

kogu firmale jagatud väärtused.

**Kui hästi sobitub heategevuslik mõtlemine TNS Emori enda tegevustega?**

Karin: Äritegevusena kogume me teavet, analüüsime seda ning püüame inimeste jaoks mõtestada. Innustuskõnena ütlen alati, et meie tegevus on tegelikult unikaalne. Me lähme inimeste juurde, koputame nende ustele

või helistame neile ja küsime, mida nad mõtleavad, soovivad, tahavad. Me paneme nende sõnumid laiemasse konteksti ning anname nad edasi. Räägime riigile, ettevõtetele, avalikkusele, mittetulundusühingutele. See on austusväärne tegevus, millega sobib ka väga hästi, et teeme heategevuse teemalist uuringut. Samas on minu jaoks ka meie igapäevasel äritegevusel ülev eesmärk.

Kas teil on välja kujunenud kriteeriumid, mida või kuidas toetada?

Karin: On märksõnad – lapsed, nende haridus, koolide ja lastekodude toetamine. Koostöö UNICEFiga.

Heategevuse puhul mõtleme ikkagi mingis teises dimensioonis, mitte kasumi peale. Mina isiklikult tunnen, et see peab mind puudutama.

Ülle: Kas nad on välja kujunenud? Kui tuleb koostööpakkumine või soov, siis vaatame selle üheskoos üle, arutame ja teeme otsuse. Sellist süsteemi ei ole, et projekt peab vastama konkreetsetele kriteeriumitele – siis läheb läbi.

Karini sõnadega öeldes, peamise kriteeriumina peab abipalve puudutama. Otsustame selle järgi, kui suur on tegelik vajadus ning mis tunne tekib toetamise käigus. Kuidas täpselt ja mis kasu see meile toob, seda me ühikutega ei kalkuleeri. Kui tunneme, et see puudutab ühiskonda ja toob kasu, siis järelikult toob see ka meile kasu.

Mis on need valdkonnad või väärtused, millega tulevikus tahaksite seotud olla? Kas nad on kuidagi sõnastatud?

Karin: Nad ei ole meil üheski dokumendis kirjas, me ei pea seda hetkel vajalikuks. Arvan, et meil on ettevõtte tuumikus olemas teatud jagatud arusaam, mis muidugi ei välista, et sellele tulevikus uusi suundi lisandub. Aga praegu on olulisteks valdkondadeks lapsed ja haridus – see toimib samavõrd ettevõtte sisest, oleme ise hästi sõbralikud laste suhtes ja töötajate suhtes, kellele on väiksed lapsed.

Ülle: Hariduse temaatika haakub TNS Emori tegevusega hästi. Teadmiste hankimine on ju see, mida meiegi teeme. TNS toetab koos UNICEFiga ülemaailmselt hariduse kättesaadavaks muutmist. Eestis teeme meie UNICEF Eesti Rahvuskomiteega väikekoolide programmi raames koostööd ja katvame sellega jätkata ka edaspidi.

## Hansapank

oma ligi 3000 töötajaga on otseku riik riigis. „Pank tervikuna – seda ei ole olemas“, tõdeb ka Helo Meigas, panga juhatuse liige. „Me oleme pangana toetajad sellepärast, et meil on inimesed, kellele läheb korda, mis ühiskonnas toimub“. Asutaja ja suurtoetajana on Hansapank seotud haridusprogrammiga Noored Kooli. Toetajatena otsitakse projekte, millel on suur ühiskondlik mõju.

Hansapank on olnud erinevate algatuste ja ürituste aktiivne toetaja oma tegevuse algusaastatest. Kuidas sünnivad otsused selle kohta, mida toetate ja mida mitte?

Kui midagi teeme, siis tahame seda teha hästi ja professionaalselt. Kui ütleme, et tahame olla panganduses väga head, siis tahame ka selles valdkonnas olla väga head – me ei rakenda toetamise puhul teist standardit. Lühidalt öeldes otsime projekte, millel on suur ühiskondlik mõju. Samuti peab idee taga olema tugev meeskond – inimesed, kes suudavad mõtte teoks teha.

Mõningaseks väljakutseks on see, et panganduses on tulemuste mõõdikud selgelt paigas. Ühiskondlike algatuste toetamise juures on aga protsessid pikemad ja mõõta raskem.

Paljud Hansapanga töötajad aitavad kaasa erinevatele

ühiskondlikele algatustele. Miks ollakse huvitatud oma aja ja oskustega panustamisest?

See on *fun!* Toetamine taandub inimese tasandile. Kas ettevõtte teeb seda või mitte, sõltub sellest, kas ettevõttes on inimesi, kellele pakub üks või teine teema personaalset huvi. Kui nad ei tunne teemaga emotsionaalset sidet, ei ole asi õige.. Oluline on

Mulle isiklikult meeldib, et toetusprojektides kaasa löömine toob mind kokku teistmoodi inimestega, kellega ma pangas ei kohtuks.

leida valdkond, millega tõeliselt tahetakse tegeleda. Pank tervikuna – seda ei ole olemas. Me oleme pangana toetajad sellepärast, et meil on inimesed, kellele läheb korda, mis ühiskonnas toimub.

Töenäoliselt on igauks individuaalselt enda jaoks põhjenduse leidnud, miks ta teeb midagi muud, mis ei ole tema põhitoo. Need on väga personaalsed motivaatorid. Ja hea meelega ollakse kaasatud panga alt, sest see toetab lisaks isiklikele huvidele ka panga huvisid.

Teine asi veel. Oma igapäevatoed tehes läheb inimene väga oma maailma. Töötad omasuguste seas, omas stiilis.. Mulle isiklikult meeldib, et toetusprojektides kaasa löömine toob mind kokku teistmoodi inimestega, kellega ma pangas ei kohtuks.

Mida ootad toetajana?

Ootan süsteemset tagasisidet selle kohta, mida on toetuse abil tehtud. Tahan teada, kuidas toetatud organisatsioonil läheb, kas täidetakse seotud eesmärgid. See näitab, et organisatsioon on elus.

Tore tava on ka näiteks kord kvartalis algatuse töötajatega kokku saada ja lõunat süüa – arutada, mida saame veel koos teha.



# OLE OSA MUUTUSEST

Heateo Sihtasutus on alates 2003. aastast kaasa aidanud üle 10 sotsiaalse ettevõtmise arengule. Neist tuntumad on Uuskasutuskeskus, mis edendab säästvat tarbimist, ning haridusprogramm Noored Kooli. Meie ettevõtmisi ühendab see, et valime välja just need ideed ja lahendused, milles näeme enim pikaajalist ühiskondlikku mõju. Eriline on ka viis, kuidas neid ellu viime – kaasame selleks püsivalt nii rahalist toetust kui vabatahtliku töö kompetentsi. Kutsume ka sind olema osa muutusest ning aitama nõu ja jõuga kaasa sotsiaalsete ettevõtete sünnile Eestis!



## HAKKA PÜSITOETAJAKS

1. TOETA IGA KUU  
250-1000 KROONIGA
2. LOO PÜSIMAKSE ARVELE  
**221022367526**
3. SAADA OMA E-POSTI  
ADDRESS JA ISIKUKOOD  
TOETA@HEATEGU.EE



## HAKKA VABATAHTLIKUKS

1. VAATA VABATAHTLIKU  
TEGEVUSE PAKKUMISI
2. SAADA CV JA  
MOTIVATSIOONIKIRI  
INFO@HEATEGU.EE
3. PANUSTA OMA  
OSKUSI HEADE IDEEDE  
ELLUVIIMISEKS



**SINA – Suured Ideed Noorte Algatusel** on uus noorteprogramm, mis toetab keskkoolinoori esimeste suurte ideede teoks tegemisel. Loe lähemalt [www.sinanoored.ee](http://www.sinanoored.ee)



**Uuskasutuskeskus** avas suvel uue kaupluse: aadressil Uus-Sadama 19-12. UK Sisustus pakub ligi 1000 ruutmeetril originaalset mööblit, mille sarnast pole kusagil mujal ja nostalgilisi sisustuskaupu nii koju kui suvilasse. [www.uuskasutus.ee](http://www.uuskasutus.ee)

**Noored Kooli:** esimesed 11 noort õpetajat alustasid septembris Tallinna, Harjumaa ja Tartu koolides. [www.nooredkooli.ee](http://www.nooredkooli.ee)

**Terve Eesti Sihtasutus** koolitas suvel ning valmistab ette HIV-vastase ettevõtete koalitsiooni loomist Eestis. [www.terve-eesti.ee](http://www.terve-eesti.ee)

Toetanud:



HEATEO SIHTASUTUS

Heateo Sihtasutus

Pikk tn 11, Tallinn 10123  
Tel 630 9636, [info@heategu.ee](mailto:info@heategu.ee)  
[www.heategu.ee](http://www.heategu.ee)

Toimetanud: Paavo Piik, Triin Noorkõiv  
Lood: Paavo Piik, Triin Noorkõiv, Viljo Vabrit  
Fotod: Martin Ojala (kaanepilt), erakogud  
Kujundus: Liina Danilson

[www.heategu.ee/headuudised](http://www.heategu.ee/headuudised)

 Hansapank



UNIPRINT