



# Dünya Odalar Kongresi'nden Gaziantep, Ankara ve THY'ye ödül



**İSVİÇRE'NİN** Cenevre kentinde 100'ün üzerinde ülkeden odaların katıldığı 13. Dünya Odalar Kongresi "Çok taraflılık yoluyla barış ve refaha ulaşmak" temasıyla düzenlendi. Türk Hava Yolları (THY) sponsorluğunda düzenlenen kongre kapsamında yapılan yarışmada 4 kategoriden 3'ünde finale İstanbul, Ankara ve Gaziantep Ticaret Odaları kalırken Gaziantep ve Ankara Ticaret Odaları kategorilerinde birincilik ödülü kazandı. Gaziantep Ticaret Odası, hazırladığı Kadın Girişimi ve Kooperatiflerinin Desteklenmesi projesiyle "En İyi Cinsiyet Eşitliği" kategorisinde birinci olurken Anka-


ra Ticaret Odası, ATONET Üye Hizmet Platformu projesiyle "En İyi Oda İnovasyon Modeli Projesi" kategorisinde birinci oldu. THY'nin Cenevre Sanayi ve Ticaret Odasının özel sponsorluk ödülüne layık görüldüğü yarışmada, İstanbul Sanayi Odası (İSO) ise İSO Mesleki Eğitim projesiyle "En İyi Ortaklık Projesi" kategorisinde finale çıkma başarısı gösterdi. Ödül törenine Türkiye'nin Bern Büyükelçisi Emine Ece Özbaçoğlu Acarsoy, Birleşmiş Milletler Cenevre Ofisi Nezdindeki Daimi Temsilcisi Büyükelçi Güven Begeç, Cenevre Başkonsolosu İpek Zeytinoğlu Özkan da katıldı. **AA**



EKOİ

# Etkili Sürdürülebilirlik İletişimi için Şirketlere Sekiz Önemli Tavsiye

Geleceği şekillendirirken daha iyi bir hikaye anlatmanın zamanı gelmedi mi? Etkin iletişim sadece bilgilendirmez, aynı zamanda ilham verir ve değiştirir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirlik iletişimi çalışmalarının birbirinden ayrı düşünülmemesi gerekiyor. İletişim Uzmanı Serhat Şabap'ın etkili bir sürdürülebilirlik iletişimi için şirketlere önerdiği sekiz önemli başlığa göz atmak ister misiniz?

 Serhat ŞABAP, İletişim Uzmanı



## EKONOMİ

**Son** zamanların en popüler konusu olan sürdürülebilirliği konuşmak elbette kolay değil. Kapsamı oldukça geniş olan bu husustaki bilgi kirliliğini de dikkate aldığımızda meseleyi ince eleyip sık dokumamız gerekiyor. Meselenin izahından öte altını çizmemiz gereken bir nokta var: **Neden hep beraber sürdürülebilir olmaya çalışıyoruz?**

Evet, hepimizin bildiği gibi, eteklerimizi tutuşturan bir sorun ile yani **iklim krizinin yıkıcı etkileri ile** karşı karşıyayız. Hükümetlerarası İklim Değişikliği Paneli (IPCC) son yayımladığı raporda, iklim değişikliğiyle mücadele politikaları iyileştirilmediği takdirde, 2100 yılına kadar 3,2°C'lik bir küresel ısınma ile karşı karşıya kalabileceğimizi **belirtiyor**. Küresel ısınmanın 3 dereceye yaklaşması biyoçeşitlilik kaybının 10 katına çıkması demek; kısaca, dünyanın yaşamsal fonksiyonlarını yitirmesi de diyebiliriz.

Sorunu biraz da iş dünyası perspektifinden ele alalım.

### ŞİRKETLER İÇİN YENİ BİR BÜYÜME STRATEJİSİ

Uluslararası Yardım ve Kalkınma Kurulu Christian Aid'in "2022'nin Maliyeti: İklimin Çöktüğü Yıl" başlıklı raporunda; **2022 yılında yaşanan en büyük 10 iklim felaketinin en az 200 milyar dolarlık bir tahribata** neden olduğuna **dikkat çekiliyor**. İstatistikler, iklim değişikliği kaynaklı yıkımın neden olduğu ve olacağı zararı net bir şekilde ortaya koyuyor. Tam da bu noktada, doğal ekosistemlerin gelecek nesillerin ihtiyaçlarını karşılamak için sürekli olarak kullanılabilmesini sağlama ilkesine dayanan, sürdürülebilirlik karşımıza çıkıyor. Temel olarak çevresel, sosyal

ve ekonomik boyutlarıyla ele alınan sürdürülebilirlik, aslında yaşamın ve iş yapış biçimlerinin bütün unsurlarına sirayet etme potansiyeline sahip. Sürdürülebilir insan kaynakları politikalarından satın alma süreçlerine, üretimden lojistiğe kadar geniş bir yelpazede karşımıza çıkan sürdürülebilirlik, doğayla barışık bir eksen sunarken şirketler için de yeni bir büyüme stratejisi olarak kabul ediliyor.

### YEŞİL BÜYÜMEYE YATIRIM

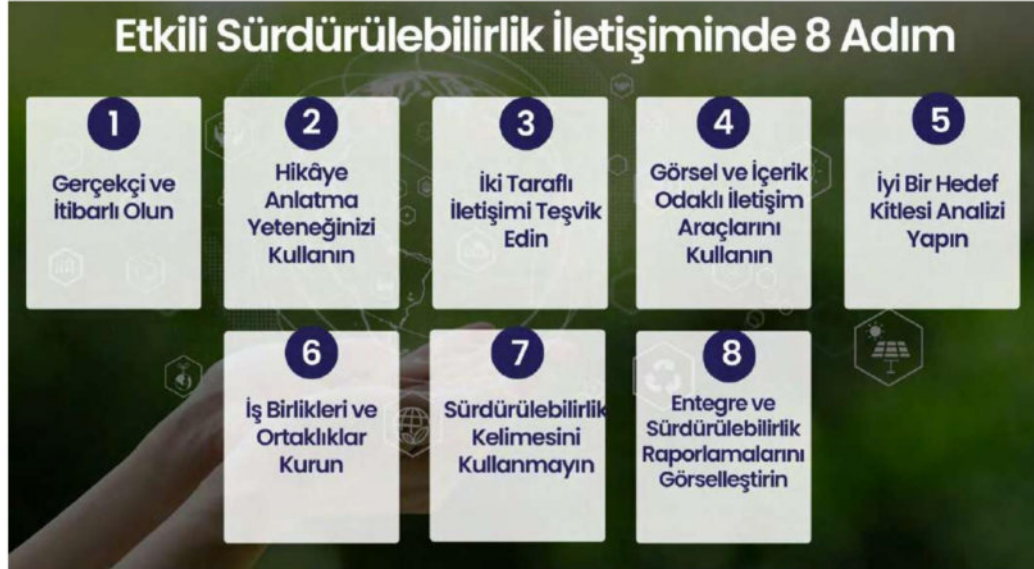
Sustainable Economy Intelligence Database'e göre, yeşil büyümeye en çok yatırım yapan şirketler kazancını üç katına **çıkartıyor**. Şirketlerin gerek iklim değişikliğiyle mücadeledeki sorumluluğu gerekse bu noktadaki faaliyetlerinin sağlayacağı kazancı dikkate aldığımızda göre işin iletişim noktasını hep birlikte irdeleyebiliriz.

Etkin iletişim sadece bilgilendirmez, aynı zamanda ilham verir ve değiştirir. Dolayısıyla sürdürülebilirlik ve sürdürülebilirlik iletişimi çalışmalarının birbirinden ayrı düşünülmemesi gerekiyor. Bu nedenle şirketlerin sürdürülebilirliği bütün iş yapış biçimlerine entegre etmesi ve başta yönetim kurulunda olmak üzere her bir unsurunun meseleyi içselleştirmesi oldukça elzem. Süreci yalnızca sürdürülebilirlik komitelerine bırakmak yerine her bir departmana özgü rehberlerin hazırlanması ve birimlerin performans kriterlerine sürdürülebilirliğin dahil edilmesi gerekiyor. Sürdürülebilirliği iş yapış biçimlerimize entegre ettikten sonra iletişimin en önemli aşamasını tamamlamış oluyoruz.

Şimdi gelin sürdürülebilirlik iletişiminde sekiz önemli noktayı birlikte ele alalım:

"Sürdürülebilirlik iletişimi, şeffaflık ve dürüstlük üzerine inşa edilmelidir. Şirketler, sürdürülebilirlik çabalarının gerçekçi bir değerlendirmesini yapmalı ve açık bir şekilde paylaşmalıdır"



**EKONOMİ**

**Gerçekçi ve İtibarlı Olun:** Sürdürülebilirlik iletişimi, şeffaflık ve dürüstlük üzerine inşa edilmeli. Şirketler, sürdürülebilirlik çabalarının gerçekçi bir değerlendirmesini yapmalı ve açık bir şekilde paylaşmalı. İtibarlı olmak için, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşma konusunda somut adımlar atılmalı (ara hedefler belirlenmeli) ve bu adımların sonuçları bağımsız kurumlar tarafından ölçülmeli.

**Hikaye Anlatma Yeteneğinizi Kullanın:** Sürdürülebilirlik iletişimi, sadece rakamlar ve istatistiklerden ibaret olmamalı. Şirketler, etkileyici hikayeler anlatarak insanların duygusal bağ kurmalarını sağlamalı. Çalışanların, paydaşların ve müşterilerin sürdürülebilirlik çabalarına nasıl katkıda bulunduğunu vurgulayan gerçek hikayeler, şirketin sürdürülebilirlik performansını anlaşılmasına yardımcı olur.

**İki Taraflı İletişimi Teşvik Edin:** Sürdürülebilirlik iletişimi, bir diyalog oluşturmayı

"Words that work: Effective language in sustainability communications raporu, 'sürdürülebilirlik' kelimesinin, Forbes'ın en iyi 50 markasının her birinin sürdürülebilirlik web sayfasında ortalama 10 kez tekrarlandığını, en sürdürülebilir markaların ise bu kavramı yalnızca bir kez kullandığını gösteriyor"

hedeflemeli. Şirketler, müşteriler, çalışanlar, tedarikçiler, yerel topluluklar ve diğer paydaşlarla etkileşime geçmeli ve geribildirimleri dikkate almalı. Bu, şirketin sürdürülebilirlik stratejisini geliştirmek ve iyileştirmek için önemli bir fırsat yaratacaktır.

**Görsel ve İçerik Odaklı İletişim Araçlarını Kullanın:** Sürdürülebilirlik iletişimi için etkili bir yol, görsel ve içerik odaklı iletişim araçlarını kullanmaktan geçer. İnsanlar genellikle görsel unsurlara daha iyi yanıt verirler. Bu nedenle infografikler, videolar, grafikler ve görseller kullanarak sürdürülebilirlik çabalarınızı destekleyin. Aynı zamanda içerik odaklı yaklaşım da önemli. Blog yazıları, beyaz kağıtlar, raporlar ve haber bültenleri gibi içeriklerle şirketinizin sürdürülebilirlik hedeflerini ve ilerlemelerini anlatın.

**İyi Bir Hedef Kitle Analizi Yapın:** Sürdürülebilirlik iletişimi için hedef kitlenizi iyi anlamak önemli. Çalışanlar; müşteriler,



## EKONOMİ

yatırımcılar, yerel topluluklar ve diğer paydaşlarınızın ilgi alanlarına, değerlerine ve ihtiyaçlarına odaklanın. Bu bilgiyi kullanarak, sürdürülebilirlik hedeflerinizi onlara nasıl anlatabileceğinizi ve onların beklentilerini nasıl karşılayabileceğinizi belirleyin.

**İşbirlikleri ve Ortaklıklar Kurun:** Sürdürülebilirlik iletişiminde etkili olmak için işbirlikleri ve ortaklıklar kurun. Sivil toplum kuruluşları, yerel topluluklar, diğer şirketler ve sektör liderleri ile işbirliği yaparak sürdürülebilirlik çabalarınızı destekleyebilir ve daha geniş bir kitleye ulaşabilirsiniz. İş dünyasının sürdürülebilir kalkınma konusundaki farkındalığını ve etkisini artırmak amacıyla faaliyetleri icra eden [SKD Türkiye](#), etki odaklı bir STK olarak şirketlerin yeşil dönüşüm süreçlerine rehberlik sağlıyor. SKD Türkiye'ye üye olunması kurumunuza görünürlük kazandırmakla birlikte şirketinizin yeşil dönüşümü için rehberlik alma imkanınızı da sağlar.

SKD Türkiye, TÜSDİAD ve Global Compact Türkiye işbirliğinde başlatılan İş Dünyası Plastik Girişimi'ne (İPG) imzacı olabilir ve şirketinizin plastik azaltımını sağlarken kapasite artırımında bulunabilirsiniz.

[Döngüsel Ekonomi Platformu'na](#) üye olarak şirketinizin döngüsellik oranını artırabilirsiniz.

Sürdürülebilirlik Akademisi, Global Compact Türkiye, [TÜSİAD](#), TİM ve [İstanbul Sanayi Odası](#) gibi kurumların çalışmalarına entegre olarak da kurumunuzun sürdürülebilirlik haritasına dair bilgi edinirken önemli bir iletişim zemini inşa edebilirsiniz.

**Sürdürülebilirlik Kelimesini Kullanmanın:** *Words that work: Effective language in sustainability communications* raporu, "sürdürülebilirlik" kelimesinin, Forbes'ın en iyi 50 markasının her birinin sürdürülebilirlik web

*"Sürdürülebilirlik iletişimi, şirketin topluma ve gelecek nesillere olan taahhüdünü vurgulayan önemli bir araçtır ve şirketin itibarını güçlendirebilir. Şirketler, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak ve ilerlemelerini paydaşlarla paylaşmak için düzenli olarak iletişim stratejilerini gözden geçirmeli ve güncellemeli"*

sayfasında ortalama 10 kez tekrarlandığını, en sürdürülebilir markaların ise bu kavramı yalnızca bir kez kullandığını [gösteriyor](#).

**Entegre ve Sürdürülebilirlik Raporlamalarını Görselleştirin:** Başta uluslararası standartlar olmak üzere paydaş beklentileri ve yeşil finansmana ulaşma noktasındaki hedefler, şirketleri raporlama yapmaya teşvik ediyor. Bu raporların PDF versiyonlara sıkıştırılması ise büyük bir eksiklik. Kurumlar, raporlarını kısa videolara dönüştürebilir ve hedef kitlelerine daha etkili bir hikaye sunabilir.

### ÖNEMLİ BİR ARAÇ OLARAK "SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK İLETİŞİMİ"

Sürdürülebilirlik iletişimi, şirketin topluma ve gelecek nesillere olan taahhüdünü vurgulayan önemli bir araçtır ve şirketin itibarını güçlendirebilir. Şirketler, sürdürülebilirlik hedeflerine ulaşmak ve ilerlemelerini paydaşlarla paylaşmak için düzenli olarak iletişim stratejilerini gözden geçirmeli ve güncellemeli. Ayrıca, geri bildirimlere açık olmalı ve sürekli olarak paydaşların görüşlerini dikkate almalı.

Son olarak, şirketlerin sürdürülebilirlik iletişiminde **samimiyet, tutarlılık ve uzun vadeli bir perspektife** odaklanması önemli. Sürdürülebilirlik, **sadece bir pazarlama aracı olarak değil, bununla birlikte şirketin temel değerlerine ve iş stratejilerine entegre edilerek** etkili bir şekilde iletilmeli. Sürdürülebilirlik iletişimi, şirketin toplumsal etkisini artırırken aynı zamanda geleceği şekillendirme gücüne sahip bir araç. Rolü itibarıyla da dönüşümün başat unsuru olmak isteyen kurumlar için sürdürülebilirlik ve iletişimi oldukça önemli.

**Geleceği şekillendirirken daha iyi bir hikaye anlatmanın zamanı gelmedi mi? #**



## Dünya Odalar Kongresi'nden Gaziantep, Ankara ve THY'ye ödül

Dünyanın birçok ülkesinden odaların projeleriyle yarıştığı 13. Dünya Odalar Kongresi'nde Gaziantep Ticaret Odası ve Ankara Ticaret Odası birincilik ödülüne değer görüldü. İsviçre'nin Cenevre kentinde 100'ün üzerinde ülkeden odaların katıldığı 13. Dünya Odalar Kongresi "Çok taraflılık yoluyla barış ve refaha ulaşmak" temasıyla düzenlendi. Türk Hava Yolları (THY) sponsorluğunda düzenlenen kongre kapsamında yapılan yarışmada 4 kategoriden 3'ünde finale İstanbul, Ankara ve Gaziantep Ticaret Odaları kalırken Gaziantep ve Ankara Ticaret Odaları kategorilerinde birincilik ödülü kazandı. Gaziantep Ticaret Odası, hazırladığı Kadın Girişimi ve Kooperatiflerinin

Desteklenmesi projesiyle "En İyi Cinsiyet Eşitliği" kategorisinde birinci olurken Ankara Ticaret Odası, ATONET Üye Hizmet Platformu projesiyle "En İyi Oda İnovasyon Modeli Projesi" kategorisinde birinci oldu. THY'nin Cenevre Sanayi ve Ticaret Odasının özel sponsorluk ödülüne layık görüldüğü yarışmada, İstanbul Sanayi Odası (İSO) ise İSO Mesleki Eğitim projesiyle "En İyi Ortaklık Projesi" kategorisinde finale çıkma başarısı gösterdi. Ödül törenine Türkiye'nin Bern Büyükelçisi Emine Ece Özbayoğlu Acarsoy, Birleşmiş Milletler Cenevre Ofisi Nezdindeki Daimi Temsilcisi Büyükelçi Güven Begeç, Cenevre Başkonsolosu İpek Zeytinoğlu Özkan da katıldı. ●LONDRA-AA

FOTOĞRAF: AA

