



Corporate Responsibility Bericht 2010.

Wir leben Verantwortung.

Das Jahr im Zeitraffer.

Die wichtigsten Ereignisse des Berichtszeitraums in Kürze.

2009

März

April

Mai

Juni

Juli

August

März 2009.

Erster Preis für Innovationsmanager der T-Labs. Dr. Zhiyun Ren, Senior Projektmanager der Telekom Laboratories, gewinnt auf der CeBIT einen der beiden Publikumspreise des renommierten „Convergators Award 2009“ für die E-Payment-Awendung, die das Handy zur mobilen Geldbörse macht.

April 2009.

Neue bundesweite Initiative „Ich kann was!“ startet. Die Telekom startet das Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“. Ziel der Initiative ist die Stärkung individueller Fähigkeiten junger Menschen aus wirtschaftlich und sozial schwierigen Verhältnissen. Mit einer bundesweiten Ausschreibung werden Projekte und Einrichtungen gesucht, die den Kompetenzerwerb von 9- bis 14-Jährigen in sozialen Brennpunkten zum Inhalt ihrer Arbeit machen.  Siehe Seite 21.

Erstmals Hauptversammlung klimaneutral gestellt. Die Telekom stellt alle mit der Ausrichtung der Hauptversammlung verbundenen Treibhausgasemissionen in Höhe von 677 t CO₂-Äquivalenten klimaneutral.  001

Ehrung als bester Arbeitgeber in Italien. Für herausragende Arbeitgeberqualitäten erhält T-Systems Italy den von der unabhängigen Unternehmensgruppe CRF vergebenen „Top Employer Award 2009“ für die Umsetzung von Work-Life-Maßnahmen und die Unterstützung von Mitarbeiterprogrammen.  Siehe Seite 29.

Schnelle Behebung des Netzausfalls.

Aufgrund eines Softwarefehlers im sog. Home Location Register (HLR) fallen am 21. April die Sprach- und SMS-Dienste im deutschen Mobilfunknetz aus. Nach dem Zurücksetzen des Systems können nach etwa fünf Stunden alle Telekom Kunden sämtliche Dienste wieder in der gewohnten Qualität nutzen. Der Vorfall wurde genau analysiert, um künftig die Verfügbarkeit der Netze weiter zu verbessern.

T-Mobile USA aufgrund von Ethik-Performance gelistet.

Das Ethisphere Institute nimmt T-Mobile USA in sein jährliches Ranking der Unternehmen mit den höchsten ethischen Standards weltweit auf. Das Mobilfunkunternehmen wird damit erstmals im Ethisphere Magazine als eines der 100 „World's Most Ethical Companies“ gelistet.

Mai 2009.

Bei deutschen Studenten begehrt als künftiger Arbeitgeber. In der Universum-Studie „Student Survey“ erlangt die Telekom erstmals Platz eins in der Beliebtheitsskala aller Arbeitgeber der Telekommunikationsbranche.  Siehe Seite 29.

Juni 2009.

Zweitbester „Employer of the Year“ in Tschechien. T-Mobile Czech Republic erreicht den zweiten Platz in der jährlich von Fincentrum durchgeführten Studie „Employer of the Year“.

„Statement on Extractives“ für verantwortungsvollen Rohstoffabbau beschlossen. Um unsere Zulieferer sowie deren Sublieferanten für eine verantwortungsvolle Rohstoffgewinnung in die Pflicht zu nehmen und auf die Verbesserung der Abbaubedingungen vor Ort hinzuwirken, verabschiedet die Telekom ein umfassendes „Statement on Extractives“.  Siehe Seite 33.

Juli 2009.

Erstes grünes Telefon in den Niederlanden auf den Markt gebracht. Mit dem Samsung S3030 Eco bringt T-Mobile Netherlands als erster Anbieter in den Niederlanden ein energieoptimiertes und aus unschädlichem Bio-Kunststoff gefertigtes Telefon auf den niederländischen Markt.  Siehe Seite 45.

Informationsportal für seltene Erkrankungen gewürdigt.

Für Konzept und Aufbau des Informationsportals „achse.info“ für seltene chronische Erkrankungen erhalten die Kooperationspartner Telekom und ACHSE e.V. den Oskar-Kuhn-Ehrenpreis der „Bleib Gesund Stiftung“.

August 2009.

Magyar Telekom auf Platz eins in internationalem CR-Ranking. Magyar Telekom ist beim Thema CR in Mittel- und Osteuropa führend: In einem von Braun & Partners Network unter den 100 größten Unternehmen aus Bulgarien, Polen, Ungarn und Rumänien durchgeführten Ranking belegt die ungarische Landesgesellschaft mit 79 % der möglichen Punkte den ersten Platz.

September 2009.

Wiederholte Qualifikation für Dow Jones Sustainability Indizes. Die Telekom qualifiziert sich auf Basis des SAM-Ratings erneut für die Aufnahme im Dow Jones Sustainability Index (DJSI STOXX und World). Sie erringt außerdem den Platz des Branchenprimus („Sector Leader“) – diesmal allerdings in dem inzwischen umsatzstärkeren Mobilfunksektor.  Siehe Seite 14.

Nachhaltigkeitsoffensive gestartet. Unter dem Motto „Große Veränderungen fangen klein an“ startet am 5. September die neue Kommunikationsoffensive der Telekom zum Thema Nachhaltigkeit. Im Fokus stehen der Verbraucher und dessen Potenzial, mit Hilfe von Produkten und Lösungen der Telekom zu einer nachhaltigen Entwicklung beizutragen.  Siehe Seite 44.

Telekom unterzeichnet das Copenhagen Communiqué.

Um Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik für den Weg in eine „dynamic low-carbon economy“ zu gewinnen und so den Teilnehmern der Welt-Klimakonferenz in Kopenhagen bei den Verhandlungen für ein neues globales Klimaabkommen den Rücken zu stärken, unterzeichnet die Telekom das Copenhagen Communiqué der European Leaders Group on Climate Change (EU CLG).  Siehe Seite 36.

September

Oktober

November

Dezember

Januar

Februar

März

2010

Gründung der Climate Change Group.

Um der hohen Relevanz des weltweiten Klimawandels gerecht zu werden, etabliert das CR-Board der Telekom die konzerninterne Expertengruppe „Climate Change Group“. Inhaltliche Schwerpunkte des Gremiums sind u. a. die Strategie- und Maßnahmenentwicklung zur Reduktion des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen für den gesamten Konzern. Zum anderen verantwortet die Gruppe die Festlegung nationaler wie konzernweiter Klimaschutzziele.  Siehe Seite 37.

Oktober 2009.**Erste „Ich kann was!“-Projekte ausgewählt.**

Eine mit Fachleuten aus Wissenschaft und Politik sowie Personen des öffentlichen Lebens besetzte Jury wählt 66 Projekte und Einrichtungen aus Deutschland aus, die im Rahmen der Initiative „Ich kann was!“ mit insgesamt 550 000 € gefördert werden.  Siehe Seite 21.

Telekom greift gegen unseriöse Vertriebsmethoden hart durch. Subpartner der Telekom haben ohne Autorisierung Call-Center – teilweise außerhalb der EU – damit beauftragt, Kunden zu akquirieren. Sie verstießen damit gegen den Datenschutz und schädigten unser Unternehmen durch überhöhte Provisionen. Nach dem Bekanntwerden der Vorfälle geht die Telekom konsequent gegen diese vor.

 www.telekom.com/datenschutz

November 2009.

Platz zwei für die Telekom im Oekom Nachhaltigkeitsranking. Im Nachhaltigkeitsranking der Ratingagentur Oekom Research erreicht die Telekom Platz zwei unter den DAX-Konzernen.

Nachhaltige Designprinzipien verabschiedet.

Die Telekom verabschiedet erstmals einheitliche, für den gesamten Produktentwicklungsprozess verbindliche Designprinzipien. Ob zuhause, unterwegs oder bei der Arbeit, überall soll sich die Anwendung unserer Produkte durch besondere Einfachheit, Sicherheit und Nachhaltigkeit auszeichnen.  Siehe Seite 45.

Beratungshotline für Kinder und Jugendliche in Griechenland gestartet.

Die griechische OTE startet unter „Ypostiruzo – 800 11 800 15“ eine kostenlose Hotline für Kinder, Jugendliche und ihre Familien. Diese wird in Kooperation mit der Pädiatrischen Klinik „Aglaia Kyriakou“ der Universität von Athen und dem Griechischen Zentrum für sichereres Internet saferinternet.gr betrieben.

Anerkennung für das beste Personalmanagementprojekt in der Slowakei. Slovak Telekom erhält für ihr Projekt Telekom Storybox den „HR Gold“-Preis in einem landesweit durchgeführten Wettbewerb.

Dezember 2009.

Studie „SMART 2020 Addendum Deutschland“ wird veröffentlicht. Gemeinsam mit weiteren Partnern veröffentlicht die Telekom als Hauptsponsor die Studie „SMART 2020 Addendum Deutschland“. Diese zeigt die Potenziale von ICT für die deutsche Wirtschaft auf. Der Geschäftswert der dafür zu realisierenden Konzepte beträgt 84 Mrd. €.  Siehe Seite 37.

Weihnachtsaktion zur Unterstützung der Deutschen Knochenmarkspenderdatei.

Die Telekom intensiviert ihre Zusammenarbeit mit der DKMS – Deutsche Knochenmarkspenderdatei gemeinnützige Gesellschaft mbH im Rahmen einer Corporate Volunteering-Maßnahme am Standort Bonn.  002

Mit der Green Car Policy neue Maßstäbe für eine nachhaltige Mobilität setzen.

Am 15. Dezember 2009 verabschiedet der Vorstand der Telekom eine konzernweite Green Car Policy. Durch ein Bonus-Malus-System soll die Auswahl verbrauchsarmer Fahrzeuge gefördert und somit die CO₂-Emissionen kontinuierlich gesenkt werden.  Siehe Seite 38.

Januar 2010.

Neue Handy-Rücknahmeaktion in den Niederlanden gestartet. T-Mobile Netherlands startet eine neue Handy-Rücknahmeaktion in Kooperation mit dem Dienstleistungsunternehmen TNT Post. Die mit der Weiterverwendung funktionstüchtiger Geräte bzw. beim Wertstoffrecycling erwirtschafteten Beträge werden an die Nichtregierungsorganisationen War Child und das Welternährungsprogramm gespendet.  003

Telekom Europas Nr. 1 bei Nachhaltigkeit und Green IT. Das amerikanische Analysten- und Marktforschungsunternehmen ABI Research bescheinigt der Telekom, in Europa Spitzenreiter bei Nachhaltigkeit und Green IT zu sein.

T-Systems Austria für Nachhaltigkeit in Rechenzentren prämiert. Mit dem Simulationsmodell Green Dynamics erreicht T-Systems bei den „ebiz egovernment awards“ in Wien den dritten Platz. Das Modell erfährt damit inzwischen die dritte Ehrung.

Februar 2010.

Griechische Mobilfunkgesellschaft mit CSR-Awards geehrt. Cosmote wird von der Hellenic Advertisers Association gleich in zwei Klassen mit dem „Corporate Social Responsibility Excellence Award“ ausgezeichnet.

 004 Weitere wichtige Ereignisse des Berichtszeitraums finden Sie im CR-Onlinebericht 2010 unter www.telekom.com/cr-bericht2010.

Über diesen Bericht.

Wie sein Vorgänger erscheint auch der dritte Corporate Responsibility Bericht der Telekom unter dem Titel „Wir leben Verantwortung.“ Indem wir an diesem Motto festhalten, bekennen wir uns ausdrücklich zu Corporate Responsibility (CR) als dauerhafte Orientierung unseres Handelns.

Folgende Neuerungen gegenüber dem Vorjahresbericht tragen im Jahr 2010 dazu bei, die Qualität unserer Berichterstattung weiter zu steigern: Wir haben die Berichtsprüfung erweitert, vermehrt internationale Beispiele integriert und eine übersichtliche Struktur durch eine Gliederung in die fünf Schwerpunkte „Gesellschaft“, „Beschäftigte“, „Lieferanten“, „Umwelt und Klima“ sowie „Kunden“ geschaffen – entsprechend dem ergänzenden Onlinebericht. Unsere „Business Highlights“ lockern diese Struktur auf: Grafisch klar abgesetzt thematisieren wir dort die Rolle von CR im Kerngeschäft der Telekom in den jeweiligen Schwerpunktthemen.

Als Konzernbericht schließt der CR-Bericht alle Konzerntöchter ein, an denen die Telekom mehrheitlich beteiligt ist. Er knüpft an den CR-Bericht 2009 an, wobei sich der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen vom 1. März 2009 bis zum 28. Februar 2010 erstreckt. Der Berichtszeitraum der Daten umfasst dagegen das Kalenderjahr 2009. Neben Analysten und Investoren sowie CR-Ranking- und Ratingagenturen sollen vor allem Nichtregierungsorganisationen, Vertreter von Wissenschaft, Forschung und Bildung sowie die Politik mit diesem CR-Bericht angesprochen und zu einem konstruktiven Dialog mit der



Telekom eingeladen werden. Die vorliegende Publikation dient darüber hinaus als Fortschrittsbericht der Telekom im Rahmen des Global Compacts der Vereinten Nationen.

☰ Siehe Einlegeblatt.

Zur Auswahl der zentralen Themen des vorliegenden Berichts haben wir im Herbst 2009 einen dreistufigen „Materiality-“ bzw. Wesentlichkeits-Prozess eingeleitet und dazu zunächst unter Beteiligung externer Stakeholder die entscheidenden Faktoren für eine international erfolgreiche CR-Berichterstattung bestimmt. Anschließend ließen wir mögliche Inhalte durch nationale und internationale Konzernvertreter bewerten und führten in einem dritten Schritt die Ergebnisse in einer Materiality-Matrix zusammen. ☰ Siehe Seite 13.



Maßgeblich für die Auswahl und Behandlung der Themen waren ferner die international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) G3. Mit dem Application Level „A+“ bestätigt die GRI der Telekom die höchstmögliche

Übereinstimmung mit ihren Kriterien. ☰ Siehe Einlegeblatt.

Ein umfangreiches Set an konsolidierten und kommentierten Kennzahlen präsentieren wir in einem kompakten „Indikatoren und Ziele“-Kapitel am Ende des Berichts. Dieses enthält außerdem unser CR-Programm 2010, in dem wir neben unseren KPIs auch unsere CR-Ziele, CR-Maßnahmen und den Grad ihrer Umsetzung darstellen.

Neben dem Kapitel „Wir leben Verantwortung...“ hat die Telekom das Kapitel „... für unsere Lieferanten.“ und ausgewählte Kennzahlen aus Deutschland sowie der Landesgesellschaften Magyar Telekom, Slovak Telekom und T-Mobile Netherlands durch Wirtschaftsprüfer begutachten lassen. Eine entsprechende Bescheinigung befindet sich auf Seite 58.

Der Bericht liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Themen, die im CR-Printbericht nicht berücksichtigt sind, werden in unserem ausführlicheren CR-Onlinebericht aufgegriffen, der über www.telekom.com/cr-bericht2010 eingesehen werden kann. Das @-Zeichen und eine Ziffer kennzeichnen im Printbericht, an welcher Stelle weiterführende Informationen online hinterlegt sind. Die Eingabe dieser Ziffer in die Suchfunktion des CR-Onlineberichts führt direkt zu den gewünschten Zusatzinformationen. Unser CR-Portal www.telekom.com/verantwortung berichtet zusätzlich laufend aktuell über die Aktivitäten der Telekom zu CR-relevanten Themen. Ergänzende Auskünfte geben auch die Auslandsgesellschaften der Telekom mit eigenen Internetportalen und Publikationen. Diese stehen unseren Lesern im CR-Onlinebericht 2010 als pdf-Downloads zur Verfügung.

Berichte der internationalen Landesgesellschaften:

- Cosmote Corporate Responsibility Report
- Magyar Telekom Sustainability Report
- OTE Corporate Responsibility Report
- Slovak Telekom Corporate Responsibility Report
- T-Hrvatski Telekom UN Global Compact Progress Report
- Environmental protection Report of T-HT Group

Die Veröffentlichung des CR-Berichts 2011 der Telekom ist für das Frühjahr 2011 geplant.

Zeichenerklärung:

- @ Weiterführende Informationen im Internet.
- ☰ Seitenverweis auf verwandte Themen innerhalb des CR-Berichts bzw. auf weiterführende Informationen in anderen Konzernpublikationen der Telekom.
- ✔ Kennzeichnung ausgewählter Angaben, die Gegenstand der auf Seite 58 dargestellten betriebswirtschaftlichen Prüfung waren.



Inhalt.

- Über diesen Bericht
Das Jahr im Zeitraffer

- 2 10 Fragen an den Vorstandsvorsitzenden
- 4 Konzernporträt

- **Wir leben Verantwortung ...**

- 6 Die Herausforderungen für die Telekom
- 9 CR-Strategie und -Management
- 11 Stakeholderdialog
- 14 Compliance (inkl. Datenschutz)
- 17 Business Highlight: Internationaler Roll-out der CR-Strategie

- **... für die Gesellschaft.**

- Gesellschaft zukunftsfähig machen**

- 18 Netz- und Infrastrukturausbau
- 21 Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft
- 23 Bildungsengagement und Deutsche Telekom Stiftung
- 24 Lösungen für vernetztes Leben und Arbeiten
- 25 Business Highlight: T-City Friedrichshafen

- **... für unsere Beschäftigten.**

- Attraktiver Arbeitgeber sein**

- 26 Wettbewerbsfähige Belegschaft
- 27 Servicekultur
- 29 Talent Agenda
- 31 Business Highlight: Pandemievorsorge

- **... für unsere Lieferanten.**

- Nachhaltige Lieferantenbeziehungen pflegen**

- 32 Nachhaltige Beschaffungsstrategie
- 33 Nachhaltige Rohstoffbeschaffung
- 34 Lieferantenmanagement
- 35 Business Highlight: SWITCH-Asia

- **... für die Umwelt und das Klima.**

- Energie- und Ressourcenverbrauch minimieren**

- 36 Klimaschutz
- 38 Nachhaltiges Energiemanagement
- 39 Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- 40 Betrieblicher Umweltschutz
- 41 Business Highlight: DataCenter 2020

- **... für unsere Kunden.**

- Nachhaltigen Konsum fördern**

- 42 Kundenzufriedenheit
- 43 Nachhaltiger Konsum und Kundenkommunikation
- 44 Forschung und Innovation
- 45 Klimafreundliche Produkte und Dienste
- 47 Business Highlight: Nachhaltigkeitsoffensive

- **Indikatoren und Ziele.**

- 48 CR-Programm 2010
- 50 Ausgewählte Kennzahlen
- 58 Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

- 59 Glossar
- Haftungsausschluss
- Kontakt und Impressum
- GRI-Index und Global Compact Fortschrittsbericht

Aus dem Live-Chat auf www.utopia.de:

10 Fragen. 10 Antworten.



René Obermann,
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Die Telekom hat das Thema Nachhaltigkeit zur Chefsache erklärt. Im April 2010 hat René Obermann als erster Vorstandsvorsitzender eines DAX-Unternehmens das Change-maker-Manifest von Utopia, der Internetplattform für strategischen Konsum, unterzeichnet. Mit dem Manifest verpflichten wir uns selbst zu umfassenden Nachhaltigkeitszielen. Einen Ausschnitt aus dem Live-Chat mit den Mitgliedern von Utopia veröffentlichen wir hier als Vorwort:

1. Hallo Herr Obermann, glauben Sie persönlich daran, dass der menschengemachte Klimawandel noch begrenzt/gestoppt werden kann?

„Ja, immer mehr verstehen die Bedeutung und in der Wirtschaft wird man langfristig besser stehen, wenn man den Nachhaltigkeitsprinzipien folgt. Außerdem haben wir keine Alternative, sondern müssen es optimistisch angehen und was tun.“

2. Warum benutzt die Telekom keinen Ökostrom von einem der vier reinen Ökostromanbieter?

„Das Thema ist komplex. Wir haben keinen einzelnen Stromanbieter. Wir beziehen den Deutschland-Mix mit rund 17 % Ökostrom. Der Strom kommt hauptsächlich aus bestehenden Wasserkraftwerken, perspektivisch wollen wir den Ökostromanteil steigern. Hierfür beobachten wir Technologieentwicklungen wie die Brennstoffzelle, Blockheizkraftwerke und Geothermie. Allerdings gleichen wir schon seit längerer Zeit sämtliche Energieemissionen im Inland durch sog. RECS-Zertifikate aus.“ *

3. Wie stehen Sie zum aktuellen Thema Green IT?

„Unser Thema! Wir bauen und bieten Lösungen für unsere Kunden an: Cloud-Computing (mit dynamischer Ressourcenallokation und damit besserer Auslastung der Rechner), Dematerialisierung bei Aktenverwaltung, Smart Metering etc. Das ist wirklich ein weites Feld und sehr strategisch für uns.“

4. Wie lässt sich der massive Ausbau Ihrer Mobilfunknetze und WLAN-HotSpots mit Nachhaltigkeit vereinbaren?

„Sicherheit und Umweltverträglichkeit haben für uns höchste Priorität, wir stützen uns auf Expertenurteile der anerkannten Gremien (z. B. WHO). Das gilt auch für WLAN, alle unsere Produkte und unsere Mobilfunknetze halten die Grenzwerte und Sicherheitsstandards ein. Außerdem unterstützen wir die Forschung, um weitere Klarheit darüber zu bekommen.“

5. Wie lässt sich Shareholder-Value mit Nachhaltigkeit vereinbaren?

„Langfristig sehr gut. Weil es die Gesellschaft und auch die Kunden fordern und ich glaube auch honorieren, jedenfalls zunehmend.“

6. Nachhaltigkeit als Chefsache – bedeutet das, dass in den Vergütungen des Managements das Erreichen von konkreten Nachhaltigkeitszielen (z. B. Reduzierung der CO₂-Emissionen) verankert ist?

„Nachhaltigkeit darf nicht käuflich sein. Manager, die bei uns Karriere machen wollen, müssen sich auch ohne Sonderbelohnung für eine nachhaltige Unternehmensführung einsetzen. Die Nachhaltigkeitsziele werden schließlich gemessen, z. B. im SRI-Rating oder bei der CO₂-Reduktion.“



7. Wie stellen Sie sicher, dass Nachhaltigkeit auch bei den Mitarbeitern verankert ist?

„Durch Werte, die allen bekannt sein müssen, durch interaktive Tools, z. B. E-Learning, durch Handeln wie z. B. CO₂-freie Dienstreisen, durch gezielte Fahrtrainings zur Schadstoffreduktion, durch Umstellung unserer Fahrzeugbestände (ca. 30 000 allein in Deutschland) auf geringeren Ausstoß (langfristig 110 g pro km im Durchschnitt) und durch Programme wie z. B. Corporate Volunteering.“

8. Ist ihre Beteiligung nur Teil einer Imagekampagne oder seriös? Ich vermute eher Ersteres, wenn ich betrachte, wie sich das Betriebsklima und die Arbeitsbedingungen kontinuierlich verschlechtern. Radikale Maßnahmen gegen das eigene Personal und Nachhaltigkeit – passt das zusammen?

„Ihre Darstellung passt nicht zu meiner Wahrnehmung unseres Klimas. Selbst wenn Sie mit kritischen Leuten, z. B. von Ver.di oder aus dem Betriebsrat, reden, werden Sie ein viel differenzierteres Bild bekommen. Wir handeln sehr sozialverträglich und bieten bessere Arbeitsbedingungen als viele andere, außerdem bilden wir mehr als 10 000 junge Leute aus, stellen neu ein und unterstützen soziale Projekte und investieren in Bildung, auch bei denen, die es schwerer haben.“

9. Wie stehen Sie persönlich und privat zum Thema Nachhaltigkeit?

„Ich achte auf eine energieeffiziente Nutzung von Geräten, nehme nicht für jeden Weg das Auto und fahre auch selber kein allzu großes Auto mehr, sondern achte auf den Verbrauch und CO₂-Ausstoß. Außerdem engagiere ich mich für soziale Belange z. B. im Bereich der Jugendarbeit.“



10. Verlieren Sie manchmal die Geduld, weil es so lange zu dauern scheint, um wirkliche Veränderungen in einem großen Unternehmen wie der Telekom umzusetzen?

„Ja, aber dann gehe ich an die frische Luft und besinne mich wieder auf die vielen guten Seiten, die unsere Firma zu bieten hat, besonders unsere tollen Leute!“ *

Den vollständigen Live-Chat mit René Obermann finden Sie zum Nachlesen unter www.utopia.de.

Konzernporträt.

Als eines der weltweit führenden integrierten Dienstleistungsunternehmen der Informations- und Telekommunikations-(ICT-)Branche ist die Telekom auf den wichtigsten Märkten in Europa, Asien und Amerika präsent. Unter einem gemeinsamen Dach bietet der Konzern seinen Kunden drei Produktmarken an: T-Home, T-Mobile und T-Systems. Das Produkt- und Serviceportfolio umfasst die Bereiche Mobilfunk, Festnetztelefonie, Breitbandinternet und ICT-Lösungen für Geschäftskunden.

Die Telekom ist in rund 50 Ländern der Welt vertreten. Dabei beschäftigt sie weltweit rund 258 000 Mitarbeiter (Stand: 31. Dezember 2009). Bereits heute erwirtschaftet sie mehr als die Hälfte des Konzernumsatzes außerhalb Deutschlands. Ihre internationale Wachstumsstrategie treibt die Telekom durch Akquisitionen in Präsenzmärkten, Joint Ventures und den gezielten Ausbau von Breitbandinfrastruktur kontinuierlich voran.

Konzernstrategie.

Das Ziel der Telekom ist es, sich in einem komplexen und dynamischen Umfeld langfristig erfolgreich zu positionieren. Auch im Berichtsjahr hat der Konzern fokussiert an der Verwirklichung seiner Vision, Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden, gearbeitet. „Konzentrieren und gezielt wachsen“, das ist die Strategie der Telekom, die folgende vier strategische Handlungsfelder umfasst:

- Verbessern der Wettbewerbsfähigkeit in Deutschland und in Süd- und Osteuropa.
- Wachstum im Ausland.
- Mobilisieren des Internets.
- Aufbau netzzentrierter ICT.

Um unsere Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, haben wir im Rahmen unserer „One Company“-Strategie die Zusammenführung der Geschäftsfelder T-Home und T-Mobile in Deutschland in einer Gesellschaft beschlossen. Dadurch können wir uns künftig noch stärker als integrierter Anbieter mit konvergenten Produkten aus einer Hand am Markt positionieren. Nach der erfolgreichen Implementierung von „One Company“ hat die Telekom im ersten Quartal 2010 ihre neue Strategie „Verbessern – Verändern – Erneuern“ verabschiedet. Damit baut die Telekom ihr Geschäft um und strebt einen breiteren Umsatzmix an. Neue Wachstumsbereiche sollen künftig einen erheblichen Anteil am gesamten Konzernumsatz ausmachen.

Verbunden mit der Konzernvision einer Marktführerschaft für vernetztes Leben und Arbeiten ist es unser Anspruch, auch in der Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung internationaler Vorreiter zu werden. Um ihre nachhaltige Ausrichtung zu bekräftigen, verfolgt die Telekom seit 2008 eine umfassende CR-Strategie, deren drei Handlungsfelder in direkter Verbindung mit ihrem Kerngeschäft stehen.

Konzernstruktur und operative Segmente.

Die Organisations- und Managementstruktur der Telekom umfasst die operativen Segmente Mobilfunk Europa und Mobilfunk USA, Breitband/Festnetz, Systemgeschäft sowie Konzernzentrale & Shared Services. Die Darstellung der Konzernstruktur entspricht der Beschreibung im Geschäftsbericht 2009.

 Weiterführende Informationen hierzu finden Sie unter www.telekom.com.

Mobilfunk Europa und Mobilfunk USA. Mit der Marke T-Mobile hat sich die Telekom zu einem der weltweit führenden Mobilfunkanbieter entwickelt. Dabei erwies sich das internationale Mobilfunkgeschäft als entscheidender Wachstumstreiber für den Konzern: In Deutschland, dem europäischen Ausland und in den USA nutzen derzeit mehr als 150 Millionen Kunden die mobilen Telefon- und Internetdienste der T-Mobile International AG (Stand: September 2009).

Im Geschäftsjahr 2009 blieb die Anzahl der Kunden in Europa im Vergleich zum Vorjahr stabil bei 44,2 Mio. Das operative Segment Mobilfunk USA verzeichnete hingegen einen Zuwachs von 1,0 Mio. Neukunden auf insgesamt 33,8 Mio. In Deutschland konnte T-Mobile die Marktführerschaft in den Service-Umsätzen weiter ausbauen.

Breitband/Festnetz. Der Breitbandmarkt entwickelt sich insbesondere in Deutschland immer langsamer. Dennoch kann sich die Telekom in diesem schwierigen Wirtschaftsumfeld behaupten: Sie hält in Deutschland nach internen Berechnungen einen Breitbandmarktanteil von rund 46 %. Dahingegen gibt es in Süd- und Osteuropa eine positive Entwicklung des Breitbandmarkts. Hier verzeichnet die Telekom einen Zuwachs um 0,5 Mio. Breitbandanschlüsse auf 3,8 Mio. im Vergleich zum Vorjahreszeitraum.

Systemgeschäft. T-Systems bietet seinen Großkunden eine weltumspannende Infrastruktur an Rechenzentren und Netzen. 2009 hat das operative Segment Systemgeschäft etliche Großaufträge mit einer Laufzeit von mindestens fünf Jahren akquiriert. Hierzu gehörten u. a. BP, Philips, Linde, MAN und Eskom/Transnet in Südafrika.

Konzernzentrale & Shared Services. Über die genannten operativen Segmente hinaus sind neben der Konzernzentrale unter dem Dach der Deutsche Telekom AG verschiedene Geschäftseinheiten angesiedelt, die nicht zum unmittelbaren Kerngeschäft gehören. Zu den Shared Services zählen u. a. der Personaldienstleister Vivento, das Fuhrparkmanagement, die Immobilienverwaltung sowie die seit 1. April 2008 für die Buchhaltung in den operativen Segmenten zuständige Telekom Accounting GmbH. Diese Leistungen werden hauptsächlich in Deutschland erbracht.

Internationalisierung.

Mit ihrem Einstieg bei der griechischen Hellenic Telecommunications Organization S.A. (OTE) stärkte die Telekom im Jahr 2008 ihre Präsenz in Südosteuropa. 2009 erhöhte sie ihren Anteil bei OTE auf rund 30 %. Die Cosmote-Gruppe schloss den Erwerb von Zapp in Rumänien ab. Darüber hinaus unterzeichneten die Deutsche Telekom AG und die France Télécom S.A. einen Vertrag über den Zusammenschluss ihrer britischen Gesellschaften T-Mobile UK und Orange UK. Das Joint Venture würde die Marktführerschaft im britischen Mobilfunksektor ermöglichen, wobei die Zustimmung der zuständigen Behörden im Frühjahr 2010 erfolgt ist. T-Mobile USA investierte im Jahr 2009 weiter in den Ausbau des Mobilfunknetzes, sodass zum Jahresende bereits 205 Mio. US-Bürger mit dem 3G-Netz erreicht werden konnten.

Geschäftsentwicklung.

Die Telekom erzielte im Geschäftsjahr 2009 einen Umsatz von 64,6 Mrd. €. Sie erreichte damit einen Anstieg von 2,9 Mrd. € bzw. 4,8 % im Vergleich zum Vorjahr. Die erstmalige Vollkonsolidierung der griechischen OTE trug mit 5,4 Mrd. € maßgeblich zur positiven Umsatzentwicklung bei. Nach Berücksichtigung von Konsolidierungskreiseffekten (5,5 Mrd. €) und negativen Wechselkurseffekten (0,4 Mrd. €) blieb der Konzernumsatz jedoch unter Vorjahresniveau. Der Wachstumstrend des Auslandsumsatzes hielt auch im Jahr 2009 an. Der Anteil des Auslandsgeschäfts stieg von 53,2 % im Jahr 2008 auf 56,6 % im Jahr 2009 an. Hierbei stehen Umsatzsteigerung in den operativen Segmenten USA und Süd- und Osteuropa einem rückläufigen Umsatz in Deutschland, Europa und im Systemgeschäft gegenüber.

Das bereinigte EBITDA übertraf mit 20,7 Mrd. € den Vorjahreswert um 1,2 Mrd. €. Das Konzern-EBITDA wurde durch Sondereinflüsse in Höhe von 0,8 Mrd. € negativ beeinflusst und war dennoch mit 19,9 Mrd. € um 1,9 Mrd. € höher als im Jahr 2008.

Die Telekom verzeichnete im Geschäftsjahr 2009 mit einem Konzernüberschuss von 0,4 Mrd. € einen deutlichen Rückgang im Vergleich zum Vorjahreszeitraum (1,5 Mrd. €). Der bereinigte Konzernüberschuss belief sich auf 3,4 Mrd. €. Dagegen konnte der Free Cash-Flow von 7,0 Mrd. € auf Vorjahresniveau gehalten werden. Während der operative Cash-Flow leicht stieg, erhöhten sich die Auszahlungen für immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagevermögen. Die Netto-Finanzverbindlichkeit der Telekom stieg mit 40,9 Mrd. € über das Vorjahresniveau. Mit 0,78 € je dividendenberechtigter Stückaktie blieb die Höhe der Dividende auch in diesem Jahr unverändert. Für Forschung und Entwicklung wurden Aufwendungen von 0,2 Mrd. € getätigt.

Wir leben Verantwortung.*

Mit der strategischen Neuausrichtung der Telekom stellen wir uns den großen Herausforderungen des Markts und der Gesellschaft mit dem Ziel, internationaler Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden. Denn in der neuen Telekom geht es nicht nur um die Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs: Es geht vor allem darum, unternehmensübergreifend eine neue Haltung und ein neues Selbstverständnis als globaler Corporate Citizen zu entwickeln und täglich zu leben.

Wir verfolgen das strategische Ziel, bis zum Jahr 2011 als verantwortungsvolles Unternehmen eine Vorreiterrolle im internationalen Wettbewerb einzunehmen. Unter dem Motto „Wir leben Verantwortung.“ setzen wir uns für nachhaltiges und verantwortungsvolles Handeln entlang der gesamten Wertschöpfungskette ein.

Die Herausforderungen für die Telekom.

Wir nehmen international eine aktive Rolle in der Gesellschaft ein und berücksichtigen die Bedürfnisse unserer Kunden und unserer Beschäftigten sowie Umwelt- und Klimaaspekte in unserer Unternehmensstrategie. Dabei sind wir uns der großen Herausforderung bewusst, die dieser Anspruch mit sich bringt. Zugleich wollen wir mit diesem ambitionierten Ansatz die Chance ergreifen, unser eigenes Unternehmen zukunftsfähig zu machen.

Chancengleicher Zugang zur Wissensgesellschaft. Die zunehmend digitalisierte Welt erwartet von Unternehmen der Informations- und Telekommunikations-Branche andere Lösungen, Produkte und Dienste als noch vor zehn Jahren. Der Wandel von der „Offline“- zur „Online“-Gesellschaft wird voraussichtlich in Zukunft noch an Dynamik gewinnen und zugleich die sog. digitale Spaltung verstärken; auch in Deutschland haben breite Bevölkerungsschichten keinen Zugang zum Internet – sei es, weil sie nicht über die notwendigen Kompetenzen verfügen oder weil, z. B. in ländlichen Gebieten, die technische Infrastruktur fehlt. Um die digitale Spaltung zwischen Ballungsräumen und ländlichen Regionen zu überwinden, treibt die Telekom in Kooperation mit Kommunen und Wettbewerbern den Ausbau der festnetzgebundenen und mobilen Breitbandinfrastruktur voran.

Eine weitere gesellschaftliche Herausforderung ist der demografische Wandel, insbesondere die steigende Lebenserwartung der Menschen. Vom agilen „Best Age“ bis zum pflegebedürftigen Senioren: Die ältere Bevölkerung stellt eine wachsende und vielfältige Gruppe dar, die auf die Entwicklung bedarfsgerechter ICT-Lösungen angewiesen ist. Solche Produkte und Dienstleistungen auf den Markt zu bringen, stellt hohe Anforderungen an Forschung und Entwicklung, eröffnet jedoch zugleich neue Marktchancen.

*
für die
Gesellschaft

*
für unsere
Beschäftigten

*
für unsere
Lieferanten

*
für die Umwelt
und das Klima

*
für unsere
Kunden

Mit ihrem vielfältigen gesellschaftlichen Engagement möchte die Telekom auch sozial benachteiligten Menschen die Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen: Von günstigen Tarifen für einkommensschwache Menschen, über das Engagement zur Bildungsförderung für Kinder im Rahmen der Deutsche Telekom Stiftung bis hin zu Corporate Volunteering-Programmen in verschiedenen Landesgesellschaften, in denen Mitarbeiter den Umgang mit ICT vermitteln, setzt sich die Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen für Chancengleichheit in der Gesellschaft ein.

Ich kann was!

Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“. Wissenschaftliche Untersuchungen wie die PISA- oder auch die Iglu-Studie belegen: Die soziale Herkunft entscheidet auch in Industrienationen wie Deutschland noch zu oft über den Bildungserfolg junger Menschen. Auf das Ideenpotenzial der heranwachsenden Generation können Wirtschaft und Gesellschaft jedoch nicht verzichten. Die Telekom will deshalb in ihrer CR-Strategie durch die gezielte Unterstützung von Kindern und Jugendlichen im Rahmen der im April 2009 gestarteten Initiative „Ich kann was!“ zu einer zukunftsfähigen Gesellschaft beitragen. Sie unterstützt bundesweit Projekte und Einrichtungen in ihrer Arbeit mit Kindern und Jugendlichen vor allem aus wirtschaftlich und sozial schwächeren Verhältnissen. Im Vordergrund stehen die Kompetenzvermittlung sowie die Entdeckung und Weiterentwicklung persönlicher Potenziale.

📖 Siehe Seite 21.

Motor für ein klimaschonendes Wirtschaftswachstum. Neben den genannten strukturellen Veränderungen sind der Klimawandel und die Reduktion der klimaschädlichen Kohlendioxid-(CO₂-)Emissionen eine weitere zentrale globale Herausforderung des 21. Jahrhunderts. Mit der Unterschrift des Vorstands unter das Communiqué der European Leaders Group on Climate Change (EU CLG) in Kopenhagen im September 2009 legte die Telekom ein deutliches Bekenntnis zum Klimaschutz ab. Führende

europäische Unternehmen fordern darin die Teilnehmer der UN-Klimakonferenz auf, klare Ziele zur Reduktion von CO₂-Emissionen zu setzen, die Förderung von CO₂-armen Technologien zu forcieren und den Emissionshandel zu stärken.

Als Unternehmen haben wir uns das ambitionierte Ziel gesetzt, unseren eigenen Ausstoß an CO₂-Emissionen bis 2020 um 20 % – gemessen an den Werten des Jahres 1995 – zu reduzieren. Dass die ICT-Branche insgesamt einen signifikanten Beitrag zur Reduktion von Treibhausgasen leisten kann, belegt die Studie „SMART 2020 Addendum Deutschland“ aus dem Jahr 2009. Darin identifizieren Experten fünf Bereiche, in denen wesentliche Einsparungen realisiert werden können. Folgt man den Studienergebnissen, können im Vergleich zu den Werten, die in einem „Business as usual“-Szenario ermittelt wurden, bis 2020 theoretisch rund 207 Mt CO₂-Emissionen – das sind rund 25 % des Gesamtausstoßes – eingespart werden.

Vor dem Hintergrund dieses Potenzials setzt sich der Telekom Konzern für die Entwicklung von intelligenten und energiesparenden ICT-Lösungen ein. 📖 Siehe Seite 45 ff.

Wir wollen zum Motor für ein emissionsarmes Wachstum werden – sowohl in Deutschland als auch weltweit.

Neue Märkte für nachhaltige Produkte. Auf dem Weg zum international führenden Anbieter für vernetztes Leben und Arbeiten investiert die Telekom in erheblichem Umfang in die Entwicklung von innovativen nachhaltigen ICT-Lösungen. Es ist jedoch eine große Herausforderung, nachhaltige und zugleich wettbewerbsfähige Produkte auf den Markt zu bringen. Im Herbst 2009 haben wir daher unter dem Motto „Große Veränderungen fangen klein an“ eine langfristige Nachhaltigkeitsoffensive gestartet, mit der wir unseren Kunden vermitteln wollen, dass Umweltschutz, Service und Komfort durch die Nutzung von modernen ICT-Lösungen miteinander vereinbar sind. 📖 Siehe Seite 44.

Unsere Vision.

„Die Telekom ist international treibende Kraft für nachhaltiges Handeln, sie setzt Maßstäbe für ein vernetztes Leben und Arbeiten, ist beispielhaft in der Integration von Menschen in die Informationsgesellschaft und führend auf dem Weg zu einer klimafreundlichen Gesellschaft.“

Verantwortungsvolle Unternehmensführung. „Wir leben Verantwortung.“ – so lautet das Selbstverständnis der Telekom. Verbunden mit dem Ziel, weltweit führender Anbieter für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden, wollen wir auch in der Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung international eine Vorreiterrolle einnehmen. Durch die schrittweise organisatorische Verankerung von CR in den wesentlichen Konzernbereichen und Landesgesellschaften fördern wir die Integration sozialer und ökologischer Aspekte entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette. Mit Hilfe neuer einheitlicher Kennzahlen – Key Performance Indikatoren (KPIs) – machen wir unsere Nachhaltigkeitsperformance transparent und nachvollziehbar.

Unsere Unternehmenswerte. Eine nachhaltige Unternehmenskultur und verantwortungsbewusste Unternehmensführung sind heute wichtiger denn je. Unternehmen wie die Telekom müssen daher gesellschaftliche Verantwortung in einer neuen Qualität übernehmen. Ausdruck der verantwortlichen Unternehmensführung bei der Telekom sind unsere Leitlinien, die „Guiding Principles“. Im Jahr 2008 haben wir sie in einem internationalen und geschäftsfeldübergreifenden Prozess weiterentwickelt und dabei sowohl Vertreter des Managements als auch Mitarbeiter in den Entstehungsprozess einbezogen. Die neuen Guiding Principles wurden Ende Januar 2009 veröffentlicht. Darüber hinaus ist unser unternehmerisches Handeln schon seit Jahren durch eine Reihe von Richtlinien geprägt. Bereits seit 2003 verpflichten wir sämtliche Lieferanten zur Einhaltung sozialer Mindeststandards wie die Beachtung der Menschenrechte und grundlegender Gesundheits- und Arbeitsschutznormen. Darüber hinaus ging die Telekom in den letzten Jahren zahlreiche freiwillige nationale und internationale Selbstverpflichtungen ein, um ihrer ethischen und sozialen Verantwortung gerecht zu werden. In unserem Verhaltenskodex (Code of Conduct) sind konzernweit gültige Verhaltensregeln für unsere Mitarbeiter festgeschrieben. Er macht unsere Guiding Principles greifbarer und legt die Regeln für unser Tagesgeschäft fest.

Unsere Guiding Principles sind der Maßstab, an dem wir unser Verhalten ausrichten. Sie repräsentieren unsere Überzeugungen und helfen uns, Werte für unsere Kunden, unsere Mitarbeiter und unsere Eigentümer zu schaffen und zu bewahren.

5 Guiding Principles ...

- ... Kunden begeistern.
- ... Integrität und Wertschätzung leben.
- ... Offen zur Entscheidung – geschlossen umsetzen.
- ... An die Spitze! Leistung anerkennen – Chancen bieten.
- ... Ich bin die Telekom – auf mich ist Verlass.

CR-Strategie und -Management.

Um weltweit eine führende Position in CR zu erreichen und entsprechende Maßnahmen systematisch umzusetzen, haben wir Managementstrukturen implementiert, die eine Einbettung von CR in die Konzernstrategie der Telekom sicherstellen. Unsere konzernweite CR-Strategie ist der Handlungsrahmen, an dem auch die internationalen Landesgesellschaften ihre CR-Aktivitäten ausrichten. Unternehmerische Verantwortung soll als Leitmotiv im Veränderungsprozess des Konzerns hin zu einer neuen Telekom auch künftig die Wettbewerbsfähigkeit sicherstellen.

Vor diesem Hintergrund entwickelte die Telekom im März 2010 eine CR-Vision, die im Einklang mit unserem Leitsatz „Wir leben Verantwortung.“ steht. Sie stellt einen langfristigen, konzernweiten Orientierungsrahmen dar.

Unsere Vision. „Die Telekom ist international treibende Kraft für nachhaltiges Handeln, sie setzt Maßstäbe für ein vernetztes Leben und Arbeiten, ist beispielhaft in der Integration von Menschen in die Informationsgesellschaft und führend auf dem Weg zu einer klimafreundlichen Gesellschaft.“

Federführend in der Formulierung der Vision war der zentrale CR-Bereich. Die Vision basiert auf der CR-Strategie und integriert alle CR-Handlungsfelder, auf die sich die Telekom fokussiert. Dabei ist sie Ausdruck eines Selbstverständnisses, das kurz- und mittelfristige Ziele überdauert und eine nachhaltige Ausrichtung aller Geschäftstätigkeiten einfordert.

Transparente Fortschritte auf dem Weg zum Leadership. Um international führend in CR zu werden, haben wir im Rahmen unserer 2008 überarbeiteten Strategie ein umfassendes Nachhaltigkeitsprogramm mit klaren Zielen und konkreten Maßnahmen formuliert, das sich an den drei Handlungsfeldern orientiert. Unsere CR-Performance steuern wir systematisch über eine Reihe konzernweit gültiger Key Performance Indikatoren, die der zentrale CR-Bereich im Jahr 2009 definiert hat. So überprüfen wir mit dem CR-Leadershipindikator „Gesellschaftliches Engagement“ sowie den Kennzahlen für Socially Responsible Investment (SRI) kontinuierlich unsere Fortschritte auf dem Weg zum international führenden Unternehmen in CR. Mit Hilfe von Umweltkennzahlen, die die konzernweiten CO₂-Emissionen ausweisen, wollen wir auf dem Weg zur „Low Carbon Society“ richtungweisende Standards setzen. Die KPIs liefern uns harte Vergleichswerte und sind zugleich ein Monitoring-Instrument für eine systematische und kontinuierliche Verbesserung unserer Performance.

Die Entwicklung und Implementierung einheitlicher, konzernweit gültiger KPIs ist ein dynamischer Prozess, in dem immer wieder Anpassungen vorgenommen werden müssen. Laufende Projekte, aktuelle Entwicklungen im Konzern aber auch Unterschiede zwischen den internationalen Beteiligungen stellen immer neue Herausforderungen an die Definition der KPIs. So gestaltete sich bspw. die Entwicklung eines Indikators für die Reduktion der CO₂-Emissionen sehr komplex, da für die Basisdatenberechnung ein Zeitpunkt gewählt wurde, an dem einige Gesellschaften noch nicht existierten.

Im Laufe des Jahres 2010 werden wir den Review der KPIs vornehmen. Den Status der CR-Datenbank und ihre Nutzung als Monitoringsystem werden wir bis September 2010 einer Überprüfung unterziehen.

Drei Handlungsfelder unseres CR-Engagements. Im Jahr 2008 haben wir drei Handlungsfelder als Säulen unserer CR-Strategie definiert. Sie stehen in direktem Zusammenhang mit unserem Kerngeschäft.

3 Handlungsfelder:

Connected Life and Work: Vernetzung von Leben und Arbeiten.

Wir wollen den Wandel in der zunehmend digitalisierten Arbeits- und Lebenswelt positiv mitgestalten und die Lebensqualität der Menschen verbessern. Unser Ziel ist es, treibende Kraft für nachhaltiges Leben und Arbeiten zu sein.

Connect the Unconnected: Anschluss an die Informations- und Wissensgesellschaft.

Wir streben an, möglichst viele Menschen an der vernetzten Gesellschaft teilhaben zu lassen. Unsere CR-Marktführerschaft wollen wir u. a. durch eine vorbildliche Rolle bei der Integration von Menschen in die Informationsgesellschaft erlangen.

Low Carbon Society: Wege zu einer klimaschonenden Gesellschaft.

Ein wichtiges CR-Ziel der Telekom ist es, die globale Erwärmung durch eine Reduktion von Emissionen zu verlangsamen. Auch unsere Kunden wollen wir dazu befähigen, ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten. Wir wollen führend sein auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“.

CR-Organisationsstruktur. Um sicherzustellen, dass Nachhaltigkeitsaspekte verbindlich in alle unternehmerischen Tätigkeiten der Telekom einbezogen werden, ist CR organisatorisch an den Bereich des Vorstandsvorsitzenden der Telekom angebunden. Eine integrierte CR-Governance-Struktur gewährleistet eine enge Verzahnung von strategischer Steuerung und operativer Umsetzung. Ein CR-Board aus den Leitern aller CR-relevanten Konzernbereiche erarbeitet Empfehlungen für die CR-Strategie und das CR-Programm. Neben dem CR-Bereich zählen dazu die Bereiche Konzernkommunikation, Personal, Einkauf, „Public and Regulatory Affairs“, „Technologie und Innovation“ sowie das Markenmanagement, das Vorstandsbüro und die Deutsche Telekom Stiftung.

Zentraler CR-Bereich: Systematisierung weltweiter CR-Aktivitäten. Im Berichtszeitraum hat der CR-Bereich in Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten auf lokaler Ebene die CR-Strategie im Konzern implementiert. Das Management der nicht finanziellen CR-Daten trieb der Bereich insbesondere durch die Einführung eines softwaregestützten Tools zur Datenerfassung voran. Hiermit werden künftig alle für den jährlichen CR-Bericht relevanten Daten, Kennzahlen und Zielwerte erfasst. Dies ermöglicht ein effizientes und kontinuierliches Monitoring und fördert zugleich eine zielgerichtete Steuerung der Nachhaltigkeitsperformance.

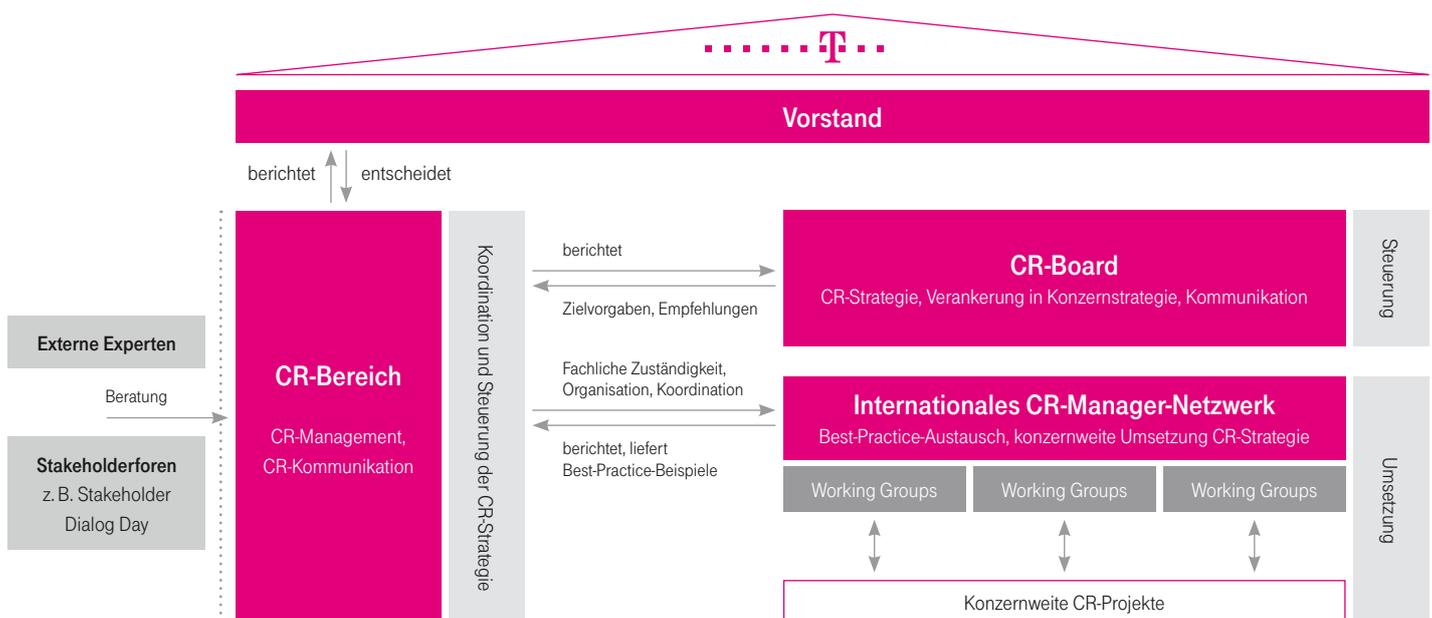
Unter Beteiligung zahlreicher externer Stakeholder und verschiedener Konzernbereiche wurde ein Orientierungsrahmen für die Kommunikation mit den verschiedenen Anspruchsgruppen entwickelt und am 2. Juli 2009 auf dem internationalen CR-Manager-Meeting intern präsentiert.

Ein weiterer Schwerpunkt der Aktivitäten des CR-Bereichs war die Vereinheitlichung und signifikante Ausweitung des Umweltmanagementsystems. Dadurch hat die Telekom im Juni 2009 erstmals ein Dachzertifikat nach ISO 14001 für 15 ihrer nationalen und internationalen Gesellschaften erhalten. [Siehe Seite 40.](#)

Darüber hinaus verabschiedete der Vorstand am 15. Dezember 2009 ebenfalls unter Mitwirkung des CR-Bereichs eine CO₂-gesteuerte Green Car Policy für Geschäftsfahrzeuge. [Siehe Seite 38.](#)

Eine neue E-Learning Plattform für CR in deutscher und englischer Sprache steht unseren Beschäftigten im Intranet offen. Hier erfahren sie, was die Telekom mit dem Begriff CR verbindet und wie CR im Konzern gelebt werden kann. Darüber hinaus werden konkrete Tipps für die Integration von Nachhaltigkeit im Berufsalltag gegeben.

CR-Governance.





CR-Board: Konzernweite Zielsetzung bis 2011. In seiner konstituierenden Sitzung am 6. Mai 2009 erörterten die Leiter der CR-relevanten Konzernbereiche die Jahresplanung 2009 sowie den aktuellen Stand ihrer Aktivitäten, wie die Erstellung des CR-Berichts, die Einführung der Datenbank oder auch den konzernweiten Roll-out der Strategie. Am 30. September 2009 verabschiedete das CR-Board als zentrales Governance-Gremium die Gründung der Climate Change Group und diskutierte über das CR-Programm 2009 bis 2011. Neben der Verabschiedung der Ziele, Maßnahmen und KPIs wurden Empfehlungen zu einer Verankerung des Programms im Konzern erarbeitet. Pro Jahr sind mindestens drei Treffen des CR-Boards geplant.

Climate Change Group: Neues Expertengremium zum Klimaschutz. Die Telekom räumt dem Thema Klimawandel eine hohe Priorität ein. Vor diesem Hintergrund gründete sie die Climate Change Group.

Mitglieder dieses Gremiums sind unternehmensinterne Energie- und Klimaexperten, fallweise werden auch externe Sachverständige in die Arbeit der Gruppe einbezogen. Im ersten Quartal 2010 fand die konstituierende Sitzung der Gruppe statt. Ihre vorrangige Aufgabe ist es, nationale und auch konzernweite Klimaschutzziele zu entwickeln. Diese sollen gemeinsam definiert und entsprechende Maßnahmen sowie KPIs zur Reduktion des Energieverbrauchs und der CO₂-Emissionen für den gesamten Konzern entwickelt werden. Eine Informationsveranstaltung für Top-Führungskräfte zu Aufgaben und Zielen der Climate Change Group fand am 25. November 2009 statt.  Siehe Seite 37.

CR-Manager-Netzwerk: Internationaler Best-Practice-Austausch. Die CR-Manager aus den internationalen Landesgesellschaften und allen Geschäftsfeldern kamen am 2. Juli sowie am 11. November 2009 zu internationalen CR-Manager-Meetings zusammen. Die konzernweite Netzwerkarbeit wurde darüber hinaus in mehreren Telefon- und Webkonferenzen fortgesetzt. Der Best-Practice-Austausch fand u. a. zu den Themen „Methodologie CO₂: Emissionsreduzierung, Ziele und KPIs“ sowie „Nachhaltiger Einkauf“ und „Kinder- und Jugendschutz“ statt.

Herausragende Beispiele aus den internationalen Landesgesellschaften.

T-Mobile Netherlands engagiert sich bereits aktiv im CR-Bereich. Sie ist eine der ersten Gesellschaften, deren Strategie und KPIs vom Vorstand freigegeben wurden. Im Berichtszeitraum entwickelte sie auf Basis der CR-Strategie des Konzerns ein Strategiepapier mit Zielen bis 2011 und definierte Nachhaltigkeitskennzahlen für ihre Geschäftseinheiten. Auch andere internationale Landesgesellschaften wie OTE, Cosmote, Magyar Telekom, T-Hrvatski Telekom und T-Mobile USA zeichneten sich im Berichtsjahr durch diverse CR-Engagements aus.

 **101** Weiterführende Informationen zum Thema „CR-Strategie und -Management“ im CR-Onlinebericht.

Stakeholderdialog.

Um langfristig erfolgreich zu sein, wollen wir mehr über die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden, Anteilseigner, Lieferanten und Beschäftigten erfahren. Unsere weltweiten Stakeholder haben wiederum ein berechtigtes Interesse an den Aktivitäten des Konzerns. Deshalb stehen wir in kontinuierlichem Austausch mit unserem gesellschaftlichen Umfeld. In diesen offenen Dialog beziehen wir auch Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Verbände sowie wissenschaftliche und politische Institutionen ein. Im Jahr 2009 gelang es uns, den Austausch mit internen und externen Anspruchsgruppen durch vielfältige Veranstaltungen deutlich zu intensivieren.

Systematisierung des Stakeholderdialogs. Der Dialog mit unseren Stakeholdern ist eine unserer wichtigsten Aufgaben im CR-Management. Um diesen Austausch weiter zu systematisieren, entwickelten wir im Berichtszeitraum gemeinsam mit internen Experten ein Dialogkonzept. Es sorgt für Transparenz über interne Ansprechpartner und Verantwortliche für CR-Themen und deren wichtigste Dialogpartner. Mit Hilfe verbindlicher Guidelines und zentraler CR-Botschaften wollen wir zukünftig einheitliche und transparente Stakeholderdialoge sicherstellen. Für zusätzliche Transparenz sorgt ein internes Datenerfassungstool für unsere Stakeholderdialoge. Beim internationalen CR-Manager-Meeting am 2. Juli 2009 stellte der Konzern sein Dialogkonzept erstmals vor. Zusätzlich schufen wir 2009 im zentralen CR-Bereich eine eigene Position zum Stakeholderdialog.

Interaktion mit den Stakeholdern in den internationalen Landesgesellschaften. Um die Anforderungen ihrer Stakeholder kennenzulernen, gehen die Landesgesellschaften natürlich auch eigene Wege in ihren Dialogen: T-Systems Iberia führt eine kontinuierliche „Watchers Analysis“ durch, bei der sie die wichtigsten Organisationen und Initiativen analysiert, die sich mit den Nachhaltigkeitsaktivitäten von Unternehmen – insbesondere in der ICT-Branche – befassen. Im Jahr 2009 initiierte T-Systems Iberia den ersten Stakeholderdialogprozess. Als Auftakt wurden 15 Interviews mit Mitarbeitern, Kunden, Lieferanten und Experten aus dem ICT-Sektor durchgeführt.

In Ungarn setzte Magyar Telekom die konsequente Einbindung ihrer Stakeholder fort. Am 25. September 2009 veranstaltete sie den zweiten „Sustainability Day“ unter dem Motto „Taking Responsibility = Positive Energy“ in ihrer Budapester Zentrale. In Ausstellungen und Präsentationen zum Thema „Nachhaltige Entwicklung“ erhielten die Besucher zahlreiche Informationen und wurden zur aktiven Diskussion mit Unternehmensvertretern eingeladen. Vertreten waren Organisationen wie der WWF, Transparency International und Amnesty International Ungarn. Einen weiteren Höhepunkt stellte der Wettbewerb in den Kategorien Film, Musik und Bildende Kunst dar, in dem die besten künstlerischen Beiträge zum Thema Nachhaltigkeit ausgezeichnet wurden.

Die Einbindung interner Stakeholder setzte T-Mobile Netherlands auf bemerkenswerte Weise um: Der „CSR Market“ am 8. Oktober 2009 bot allen Mitarbeitern die Gelegenheit, CR in ihrem Unternehmen kennenzulernen und diverse Angebote, wie z. B. einen Gesundheitscheck, zu nutzen. Auch die Kooperation mit dem Energieanbieter Greenchoice wurde vorgestellt, die es den Beschäftigten von T-Mobile Netherlands ermöglicht, Strom aus erneuerbaren Energien zu besonders günstigen Konditionen zu beziehen. Am parallel stattfindenden Stakeholderdialog beteiligten sich sowohl Vertreter von T-Mobile Netherlands als auch von Samsung, TNT, Greenchoice, War Child und dem niederländischen Wirtschaftsministerium. Eine Fortsetzung der Dialoge ist aufgrund des großen Erfolgs auch für 2010 geplant.

Green ICT.

CR-Präsenz auf der CeBIT. Mit ihrem Auftritt auf der weltgrößten IT-Messe CeBIT 2009 in Hannover profilierte sich die Telekom abermals als Vorreiter im Bereich Green ICT, indem sie der Öffentlichkeit ihr CR-Engagement mit Fokus auf nachhaltigen Kundenlösungen vorstellte. Auf der CeBIT 2010 nahmen CR-relevante Themen noch mehr Raum ein: Der Beitrag der ICT-Branche zum Klimaschutz, die Ergebnispräsentation der Studie „SMART 2020 Addendum Deutschland“ (siehe Seite 37) sowie die neu erschienene Klimaschutzbrochure der Telekom standen dabei im Mittelpunkt des Messeauftritts.

Corporate Responsibility Day: Politik, Wirtschaft und Gesellschaft im Dialog. Im Zuge des ersten „Corporate Responsibility Day“ am 1. Juli 2009 in Berlin veranstalteten wir einen Stakeholderdialog auf breiter gesellschaftlicher Ebene. Nahezu 100 Organisationen aus 16 Ländern beteiligten sich an diesem Multistakeholderforum. In einem moderierten Panel am Nachmittag diskutierten rund 180 Vertreter u. a. aus Politik, Medien, Wirtschaftsverbänden, NGOs und wissenschaftlichen Institutionen angeregt die Impulse aus drei Vorträgen. Im Zentrum standen unsere drei CR-Handlungsfelder „Connected Life and Work“, „Connect the Unconnected“ und „Low Carbon Society“. Dieser erfolgreiche, offene Dialog lieferte der Telekom wertvolle Impulse für eine weitere Verbesserung ihrer CR-Performance.

Einbindung von Stakeholdern zur Weiterentwicklung der CR-Berichterstattung. Als festen Bestandteil ihrer CR-Berichterstattung führt die Telekom jedes Jahr einen Materiality- oder Wesentlichkeitsprozess durch, um die Themen zu identifizieren, die für unsere internen und externen Stakeholder von größter Relevanz sind. Die Materiality-Matrix für unsere CR-Berichterstattung 2010 entwickelten wir im Herbst 2009: Im ersten Schritt lud der Konzern externe CR-Experten – Vertreter aus Politik, Verbänden, Wissenschaft, NGOs und anderen Unternehmen – in seine Hauptstadtrepräsentanz ein, um konkrete Anforderungen an die Weiterentwicklung seiner internationalen CR-Berichterstattung zu formulieren. Als Ergebnis dieser hochkarätig besetzten Diskussionsrunde konnte eine



1. Juli 2009

Corporate Responsibility Day. An diesem Multistakeholderforum beteiligten sich fast 100 Organisationen aus 16 Ländern.

Top-Five-Agenda relevanter Themen entwickelt werden. Diese Themenfokussierung diente als Grundlage für die interne Bewertung wesentlicher Berichtsinhalte durch nationale und internationale Konzernvertreter. Auch die Resultate von zwei Materiality-Workshops am 2. und 10. November 2009 in Bonn flossen in die Erstellung der finalen Materiality-Matrix für den Berichterstattungsprozess 2010 ein.

Im Austausch mit Lieferanten, Gesellschaft und Kunden. So breit gestreut wie das Spektrum der Stakeholdergruppen der Telekom, so vielfältig ist auch unser Dialogangebot: Über gegenwärtige Herausforderungen im Bereich „Nachhaltiger Einkauf“ diskutierten wir am 13. Mai 2009 auf unserem „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ mit Lieferanten, Mitarbeitern, NGOs, Universitäten, Analysten und Investoren. Den internationalen „Tag der Umwelt“ am 5. Juni 2009 nutzte die Telekom, um ihr Umweltengagement an deutschen und internationalen Standorten in den Mittelpunkt zu stellen: Zahlreiche Aktionen rund um die Themen Umweltschutz, Gesundheit und Mobilität sprachen unsere Beschäftigten, aber auch die Bürger an den jeweiligen Standorten an.  Siehe Seite 40.

Jugendliche und Schüler über effektiven Datenschutz zu informieren und sie für Gefahren im Umgang mit persönlichen Daten zu sensibilisieren, waren Ziele des Tags der offenen Tür am 30. August 2009. Neben einer ausführlichen Beratung zum Datenschutz konnten die Jugendlichen ihr Wissen in einem Test überprüfen. Um möglichst viele unserer Anspruchsgruppen zu erreichen, intensivierten wir im Berichtszeitraum auch die Nutzung von Social-Media-Plattformen im Internet – wie

der Konsumenten-Community Utopia.de, aber auch von Twitter und Facebook. Auch unter  www.die-neue-telekom.de führen wir einen intensiven Dialog mit der Internetgemeinde.  Siehe Seite 44.

Unsere Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit. ICT hat eine hohe Komplexität und eine erhebliche Entwicklungsdynamik. Dies macht es nötig, einen fortdauernden öffentlichen Dialog zu gesellschaftlichen, politischen und rechtlichen Fragestellungen rund um ICT und ihre Anwendungen zu führen.

Gewährleistung von Unabhängigkeit und Integrität. Die Telekom stellt sich aktiv dem Dialog mit Vertretern aus der Politik, von Behörden, der Regierung und zivilgesellschaftlichen Organisationen. Die Initiative hierfür kommt regelmäßig von den Dialogpartnern selbst, aber auch die Telekom oder Wirtschaftsverbände geben Impulse zum Dialog. Neben den Themen Politik und Regulierung der Telekommunikation befassen wir uns darin bspw. mit der Stärkung des Verbraucher- und Jugendschutzes und der Verbesserung des Kundenservice. Ein wichtiges Thema ist insbesondere die räumliche Versorgung mit Mobilfunk- und Breitbandinfrastruktur.

Von großer Bedeutung ist es für uns, die Unabhängigkeit und Integrität unserer Dialogpartner in diesen Dialogen zu wahren. Dies wird durch eigene Konzernrichtlinien, insbesondere den Verhaltenskodex, gewährleistet. So lässt die Telekom bspw. keine Spenden an deutsche Bundespolitiker und Parteien zu. Zudem lehnt sie für die Adressaten nicht transparente Beeinflussungspraktiken generell ab.

Socially Responsible Investment (SRI). Eine unserer wichtigsten Stakeholdergruppen sind unsere Investoren. Die Telekom räumt nachhaltigen Investitionen einen hohen Stellenwert ein. Als Unternehmen, das auf eine nachhaltige Wertsteigerung ausgerichtet ist, strebt die Telekom eine kontinuierliche Erhöhung des von nachhaltig motivierten Investoren gehaltenen Aktienanteils an. Im Jahr 2008 lag dieser Wert bereits bei 5,4 %.



Im Berichtszeitraum setzten wir daher den intensiven, offenen und kontinuierlichen Austausch mit allen Akteuren auf dem Kapitalmarkt fort. Wir informierten Analysten und institutionelle Investoren sowie Ratingagenturen auf Roadshows, Konferenzen sowie auf Messen und in persönlichen Gesprächen sowie durch Rating-Fragebögen.

Kontinuierlich erfolgreiche Rating-Performance. Die Telekom lässt ihre CR-Performance bereits seit mehreren Jahren von führenden in- und ausländischen Ratingagenturen bewerten. Wir übernehmen Verantwortung und lassen unsere Leistung messen. Im Berichtszeitraum machte sich dies mit der erneuten Qualifizierung für die Nachhaltigkeitsindizes DJSI STOXX und DJSI World bezahlt. Im September 2009 wurden wir von SAM Research erstmalig im Bereich „Mobile Communications“ als „Sector Leader“ ausgezeichnet. Überdurchschnittliche Leistungen im

Branchen- wie auch im DAX-30-Vergleich zeigten auch die Rating-Ergebnisse der Agenturen oekom, Vigeo und Sustainalytics. Zusätzlich zu den Top-Platzierungen erfüllten wir die Bedingungen für das Prädikat „Prime“ von oekom. Zur europäischen Nummer eins bei Nachhaltigkeit und Green IT wurde der Konzern in der Listung von ABI Research ernannt.

Auch die internationalen Landesgesellschaften streben die Aufnahme in renommierte Nachhaltigkeitsindizes an oder wurden bereits erfolgreich gelistet: So ist die OTE nach 2008 auch 2010 erneut in die Listung des FTSE4Good aufgenommen worden. Die Magyar Telekom Group erhielt Silber-Status im SAM Sustainability Yearbook 2009 sowie das oekom-Siegel „Prime“. Darüber hinaus ist Magyar Telekom seit 2009 im Nachhaltigkeitsindex CEERIUS (CEE Responsibility Investment Universe) der Wiener Börse gelistet.

[102](#) Weiterführende Informationen zum Thema „Stakeholderdialog“ im CR-Onlinebericht.

Compliance (inkl. Datenschutz).

Die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften sowie die Befolgung interner Richtlinien und Verhaltenskodizes sind das Fundament einer verantwortungsvollen Unternehmensführung. Mit unseren Guiding Principles und dem Code of Conduct stellen wir sicher, dass Integrität und Wertschätzung im täglichen Geschäft gelebt werden. Um strafrechtliche und finanzielle Risiken sowie Reputationsschäden durch Regelverstöße zu verhindern, setzt die Telekom auf konsequente Prävention und angemessene Sanktion. Seit 2005 stellen wir mit Hilfe konzernweiter Compliance-Strukturen ein effizientes Compliance-Management sicher. Eine zentrale Maßnahme, um regelkonformes Verhalten als gelebte Praxis im Unternehmen erfolgreich zu etablieren, ist die Sensibilisierung der Mitarbeiter. Mit Hilfe von Schulungen und internen Kampagnen schärfen wir ihr Bewusstsein für Compliance. Ein vertrauliches Meldesystem hilft uns, Verstöße und Verdachtsfälle frühzeitig zu identifizieren.

Organisation, Struktur und Prozesse. Im Oktober 2008 räumte die Telekom mit der Schaffung des Vorstandsressorts „Datenschutz, Recht und Compliance“ diesen Aspekten eine hohe Priorität in der Unternehmensführung ein. Schon seit 2005 ist eine zentrale Compliance-Organisation für die Formulierung konzernweiter Standards sowie die Implementierung von Instrumenten und Prozessen zuständig, die darauf abzielen, regelkonformes Verhalten im Unternehmen sicherzustellen. Dem Compliance Committee, das den Vorstand in allen relevanten Fragen unterstützt, gehören Führungskräfte der Bereiche „Compliance“, „Recht“, „Datenschutz“, „Konzernrevision“, „Konzernsicherheit“ und „Personal“ an. Als Vorsitzender dieses Gremiums informiert der Chief Compliance Officer (CCO) den Konzernvorstand, das Audit Committee sowie den Aufsichtsrat regelmäßig über den aktuellen Stand der Aktivitäten im Konzern. Der CCO wird in den Geschäftsfeldern von Compliance Officern unterstützt.

„Wir tolerieren kein ethisch falsches und unverantwortliches Verhalten.“

Die Telekom führt jährlich einen konzernweiten Risk-Assessment-Prozess zur Risikoabschätzung durch. Im Resultat wird das jährlich aufgelegte Compliance-Programm mit entsprechenden Maßnahmen entwickelt. In Ergänzung zu diesem Prozess werden interne Kommunikationsmaßnahmen und regelmäßiges Monitoring mit Berichterstattung an das Compliance Committee, den Vorstand bzw. das Topmanagement und den Aufsichtsrat durchgeführt. Für die Umsetzung des konzernweiten Compliance-Programms in den internationalen Gesellschaften und Beteiligungen wurden Compliance Officer benannt.

Verankerung der neuen Guiding Principles im Code of Conduct. Der Code of Conduct befasst sich mit der Fragestellung: „Wie wollen wir arbeiten?“ In ihm soll deutlich werden, was die Guiding Principles der Telekom für die tägliche Arbeit bedeuten und welche praktischen Auswirkungen sie haben. Er soll Orientierung und konkrete Hinweise geben, was getan werden darf und was nicht. Die aktualisierte Version wird ab dem zweiten Halbjahr 2010 konzernweit implementiert werden. Der Code of Conduct ist im Internet veröffentlicht.

Compliance-Kampagnen für verantwortungsvolles Handeln. Nur gemeinsam mit unseren Mitarbeitern können wir integriertes Verhalten im gesamten Unternehmen sicherstellen. Um das Bewusstsein unserer Mitarbeiter für rechtskonformes Verhalten zu schärfen, führten wir im Berichtszeitraum ein umfassendes Compliance-Programm mit Kampagnen zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten unter dem Motto „Wir tolerieren kein ethisch falsches und unverantwortliches Verhalten.“ durch:

Anti-Korruptions-Trainings...

... für Führungskräfte. In den Jahren 2008 und 2009 absolvierten über 1 000 Führungskräfte in Deutschland – Vorstand, Topmanagement und aus weiteren Bereichen – bedarfsgerechte Anti-Korruptions-Trainings. In diesen Präsenzveranstaltungen werden die wesentlichen Anti-Korruptions-Regelungen vermittelt und in Fallbeispielen vertieft. Hierzu hat das Compliance Team mit verschiedenen Bereichen im Vorfeld fachspezifische Case Studies erarbeitet. Auf diese Weise werden die Trainings auf die spezifischen Erfordernisse des jeweiligen Bereichs zugeschnitten.

E-Learning Anti-Korruption. Wir entwickelten ein E-Learning-Modul „Sensibilisierung zur Korruptionsvermeidung“, um das Bewusstsein unserer Beschäftigten zum Thema Bestechung zu schärfen. Sie werden darin geschult, Bestechungsversuche zu erkennen. Sie lernen Bestechung zu verhindern und Bestechlichkeit zu vermeiden. Darüber hinaus erfahren sie, welche Anti-Korruptions-Gesetze für die Telekom relevant sind. Rund 15 000 Mitarbeiter in Deutschland durchliefen diese risikogruppenspezifische Schulung im Zeitraum März bis Mai 2009. Im Anschluss wurde das Training international für 34 Auslandsgesellschaften ausgerollt. Bisher haben mehr als 11 000 Mitarbeiter teilgenommen. Voraussichtlich Ende April 2010 wird das Training auch international abgeschlossen sein.

Sensibilisierung aller Mitarbeiter. In einer umfassenden Compliance-Awareness-Kampagne wollen wir unsere Mitarbeiter auf allen Ebenen sensibilisieren: Im Mittelpunkt steht das E-Learning-Modul „Bewusstsein für Compliance“, das unsere Mitarbeiter in Deutschland auf freiwilliger Basis seit dem 2. Oktober 2009 nutzen können. In einem 40-minütigen Programm können sich unsere Mitarbeiter anhand verschiedener Szenarien darin schulen, wie die Schwerpunktthemen des Codes of Conduct im täglichen Arbeitsleben richtig angewendet werden. Im Zeitraum von Oktober 2009 bis März 2010 nutzten rund 40 000 Beschäftigte dieses E-Learning-Programm.

Begleitend rückten wir das Thema Compliance in vielfältigen internen Kommunikationsmaßnahmen in den Fokus: Der Vorstand Datenschutz, Recht und Compliance wandte sich per E-Mail an das Management. Auch ein Artikel in der Mitarbeiterzeitschrift sowie ein Interview mit dem Chief Compliance Officer im Intranet vermittelten wichtige Aspekte des Themas. Darüber hinaus kommunizierten wir verschiedene Compliance-Themen in einer deutschlandweiten Posterkampagne.

Internationale Aktivitäten zur Stärkung der Compliance. Die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften ist für die Telekom ein Thema von internationaler Bedeutung. Um die Zusammenarbeit in der konzernweiten Compliance-Organisation zu intensivieren, lud die Telekom im Berichtszeitraum Vertreter aus allen internationalen Beteiligungen zu drei „Compliance Days“ ein. Zentrale Themen waren die Compliance-Strategie sowie die Vorgehensweise und Ergebnisse des Risk Assessments. Des Weiteren wurde das Konzept der Zertifizierung vorgestellt. Die Vertreter der internationalen Beteiligungen wurden darüber hinaus über den konzernweiten Roll-out der Anti-Korruptions-Kampagne sowie über anderweitige aktuelle Entwicklungen im Bereich Compliance informiert.

Datenschutz und Datensicherheit: Präventiv und proaktiv. Als eines der führenden Dienstleistungsunternehmen verwaltet die Telekom allein in Deutschland Millionen persönlicher Daten von Kunden.

Kommunikationsportale: Vertraulich und offen für unsere Stakeholder.

In der Aufdeckung von Verstößen gegen interne Richtlinien, Gesetze oder Verhaltensgrundsätze sind wir auch auf die Mitarbeit unserer Stakeholder angewiesen. Über das Eingangsportale „Tell me!“ können mögliche Verstöße gegen interne Richtlinien, Gesetze oder Verhaltensgrundsätze gemeldet werden. Alle Anspruchsgruppen – Mitarbeiter, Geschäftspartner, Kunden, Aktionäre wie auch andere Stakeholder – können sich über dieses Portal an uns wenden, auf Wunsch auch anonym. Wir sichern den Nutzern höchste Vertraulichkeit zu.

Für unsere Mitarbeiter entwickelten wir das intranetbasierte Beratungsportal „Ask me!“. Hier finden die Beschäftigten Antworten auf alle Fragen im Zusammenhang mit Compliance, den Corporate Policies und den konzernweiten Guidelines. Neben einem umfassenden Themenkatalog steht ihnen eine zusätzliche Dialogmöglichkeit zur Verfügung. So liefert „Ask me!“ Antworten und Hilfestellungen etwa bezüglich der Annahme von Geschenken oder im Umgang mit internen Informationen.

Datenschutz und Datensicherheit: Präventiv und proaktiv. Als eines der führenden Dienstleistungsunternehmen verwaltet die Telekom allein in Deutschland Millionen persönlicher Daten von Kunden. Das ist notwendig, um einen optimalen Service zu garantieren. Zugleich ist der Schutz dieser Daten eine große Verantwortung und eine Herausforderung, der wir uns stellen. Ausgelöst von Datenschutzvorfällen im Unternehmen im Jahr 2008 entwickelte die Telekom ein Maßnahmenpaket zur Stärkung des Datenschutzes im gesamten Konzern.

Aktivitäten im Berichtszeitraum: Datenschutzbericht, Vorstandsbereich DRC und Kontrolle.

Für die Telekom ist es besonders wichtig, das Thema Datenschutz transparent zu gestalten. Seit 2008 wird deshalb jährlich ein Datenschutzbericht veröffentlicht. Durch die Gründung des Vorstandsbereichs Datenschutz, Recht und Compliance (DRC) ist der Datenschutz fest in der Unternehmensstruktur der Telekom verankert. Parallel dazu wurden die Anforderungen an Systeme, die Kundendaten verarbeiten, erhöht. Zudem wurden Aktivitäten rund um Zertifizierungen und Auditierungen ausgeweitet. Insgesamt haben externe Auditoren im Jahr 2009 über 450 interne Audits und mehrere hundert externe Audits zu den Themen Datenschutz und Datensicherheit durchgeführt. So wurde der Rechnungsprozess für Privatkunden im Festnetz durch den TÜV Informations-

technik auditert und zertifiziert. Außerdem arbeitet die Telekom eng mit den Aufsichtsbehörden zusammen. Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit führte mehrere Beratungs- und Kontrollbesuche durch.

Den aktuellen Datenschutzbericht und umfassende Informationen zu den Themen Datenschutz und Datensicherheit gibt es unter www.telekom.com/datenschutz.

Veranlasst durch die sog. „Besitzelungsaffäre“ ließ der Konzern Unterlagen der früheren Konzernsicherheit untersuchen. Die Staatsanwaltschaft hatte diese Dokumente zuvor ausgewertet und war zu dem Ergebnis gekommen, dass sie in keinem sachlichen Zusammenhang mit den Besitzelungsvorfällen stehen. Ziel des Projekts „Open Book“ war die Untersuchung der Unterlagen auf bislang unentdeckte Compliance-Verstöße. Unterstützt durch die KPMG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft AG sowie die KPMG Rechtsanwalts-gesellschaft mbH identifizierten interne Experten 84 Vorgänge aus dem Zeitraum 1997 bis 2007, die als rechtlich oder ethisch bedenklich einzustufen sind. Alle 84 Vorgänge wurden eingehend analysiert. In der Folge wurden auf den Einzelfall abgestimmte Maßnahmen entwickelt. Beschlossen wurde u. a., die Betroffenen unter bestimmten Voraussetzungen zu informieren und involvierte Mitarbeiter gezielt zu sensibilisieren.

Die Ergebnisse der Untersuchung wurden im Abschlussbericht „Open Book“ zusammengefasst und am 10. Februar 2010 der Öffentlichkeit vorgestellt.

[@103](#) Weiterführende Informationen zum Thema „Compliance“ und [@104](#) zum Thema „Datenschutz“ im CR-Onlinebericht.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- [@105](#) Risiko- und Chancenmanagement
- [@106](#) Dialoge mit der Politik
- [@107](#) Geschäftsentwicklung
- [@108](#) Regulierung

unter www.telekom.com/cr-bericht2010



BUSINESS
HIGHLIGHT

Konzernweiter Roll-out der CR-Strategie: Am Beispiel T-Mobile Netherlands.

Auf dem Weg zu einer internationalen Führungsrolle in CR nimmt die Einbindung der Landesgesellschaften eine Schlüsselrolle ein. Um unsere neue konzernweite CR-Strategie vorzustellen und das Commitment der internationalen Landesgesellschaften einzuholen, führten wir 2009 bei vielen dieser Unternehmen eine Reihe von Roadshows durch – bspw. bei T-Mobile USA, T-Mobile Netherlands oder auch beim Executive Management Board der Slovak Telekom.

Ein wichtiges strategisches Steuerungsinstrument, um konzernweit eine starke CR-Performance sicherzustellen, sind die KPIs. Die Landesgesellschaften sind dazu verpflichtet, ihren Beitrag zum Erreichen dieser verbindlichen Zielwerte zu leisten.

Als erste internationale Gesellschaft hat T-Mobile Netherlands eine eigene Strategie entwickelt und KPIs festgelegt.

Wir befragten Bart Weijermars, Geschäftsführer von T-Mobile Netherlands, zum Beitrag des niederländischen Unternehmens zur konzernweiten CR-Strategie und den Zielen, die sich das Unternehmen in der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung gesetzt hat.



Was kann T-Mobile Netherlands zur zukünftigen nachhaltigen Entwicklung der Telekom beitragen?

Als Tochtergesellschaft sehen wir uns in der Pflicht, einen eigenen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des gesamten Konzerns zu leisten. Dabei konzentrieren wir uns auf vier Bereiche: Derzeit arbeiten wir insbesondere daran, unseren Energieverbrauch zu senken. Zu den Umweltzielen des Konzerns tragen wir durch unser Umweltmanagementsystem und das Zertifikat nach ISO 14001 bei. In der Beschaffung stellen wir mit Hilfe einer Sozialcharta sicher, dass auch unsere Lieferanten verantwortungsvoll agieren. Einen weiteren Schwerpunkt legen wir auf das Sammeln und Recyceln alter Mobiltelefone. Die Förderung der Hilfsorganisation „War Child“, die junge Menschen in Krisenregionen unterstützt, ist der vierte Bereich unseres Engagements. Unsere Mitarbeiter helfen auf freiwilliger Basis mit, Freunde für „War Child“ zu gewinnen.

Wie stellen Sie die Implementierung der konzernweiten CR-Strategie bei T-Mobile Netherlands sicher?

Die konzernweite CR-Strategie ist der Ausgangspunkt, von dem aus wir für die Niederlande relevante Handlungsfelder festgelegt haben. Auf Basis der gruppenweiten KPIs haben wir eigene KPIs entwickelt und entsprechende Maßnahmen festgelegt. Durch die Einbindung der Vorstandsmitglieder als Themenpaten wollen wir das Commitment im gesamten Unternehmen festigen. Die Integration der obersten Führungsebene halten wir für einen wichtigen Erfolgsfaktor für CR.

Herr Weijermars, wie gehen Sie mit gutem Beispiel voran, wenn es darum geht, Nachhaltigkeit im Alltag zu leben?

Als Geschäftsführer unterstütze ich aktiv das Engagement von T-Mobile Netherlands in Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus dem sozialen Bereich. Auch zuhause lege ich Wert auf Nachhaltigkeit, insbesondere beim Thema Abfall und Transport: Meine alten Mobiltelefone lasse ich recyceln. Und wenn ich morgens in mein Büro fahre, nutze ich nach Möglichkeit die öffentlichen Verkehrsmittel.

Gesellschaft zukunfts-fähig machen.

Wir leben Verantwortung ...

... für die Gesellschaft.

... für unsere Beschäftigten.

... für unsere Lieferanten.

... für die Umwelt und das Klima.

... für unsere Kunden.

In unserem Bestreben, die zukunfts-fähige Entwicklung der Gesellschaft mitzugestalten, wollen wir möglichst vielen Menschen die Teilhabe an moderner Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) ermöglichen. Unser Engagement in diesem Bereich muss vielfältig sein, um die Barrieren, die heute noch viele Menschen von der Informations- und Wissensgesellschaft ausschließen, abzubauen. Deshalb treiben wir den Ausbau der Netzinfrastruktur flächendeckend voran, setzen uns für die generationen-übergreifende Förderung von Medienkompetenz ein und entwickeln Produkte und Dienste, die sich an den tatsächlichen Bedürfnissen der Menschen in einer zunehmend digitalisierten Welt ausrichten.

Netz- und Infrastrukturausbau.

Flächendeckende, moderne und leistungsfähige Kommunikationsnetze stellen eine Grundvoraussetzung für die Zukunftsfähigkeit einer Informationsgesellschaft dar. Schnelle Breitbandnetze schaffen die Basis für eine effektive regionale, branchen- und grenzüberschreitende Zusammenarbeit. Sie sind ein wesentlicher Standortfaktor und machen viele Dienstleistungen, Produkte und Kommunikationsprozesse überhaupt erst möglich. Beim Blick auf verschiedene Lebensbereiche wird klar, dass der Trend zur digitalen Vernetzung auch im privaten Alltag längst unumkehrbar geworden ist und Breitbandzugänge heute zu einer unverzichtbaren Basisversorgung gehören.

Schnelles Internet für alle. Insgesamt hat die Telekom in Deutschland seit 1999 rund 10 Mrd. € in den Ausbau moderner Breitbandinfrastruktur investiert. Dadurch können wir inzwischen 96 % der deutschen Haushalte mit DSL-Anschlüssen ausrüsten. Die Telekom bietet ihren Kunden eine moderne und leistungsfähige festnetz- und mobilfunkbasierte Telefonie- und Internet-Infrastruktur, die es ihnen möglich macht, leistungsstarke Dienste zu nutzen und ihre Kommunikation optimal nach ihren Bedürfnissen zu gestalten. Trotz dieser Erfolge haben noch immer viele Menschen keinen oder nicht ausreichenden Zugang zu breitbandigen Internetverbindungen. Auch im Berichtszeitraum setzten wir deshalb unsere Ausbautätigkeit fort und investierten hierfür allein in Deutschland einen dreistelligen Millionenbetrag.

Netzausbau ...

... setzt Wachstums- und Beschäftigungsimpulse. Zu diesem Ergebnis kommt auch eine 2009 veröffentlichte Studie der Columbia Business School in New York. Demnach könnten rund 400 000 Arbeitsplätze in Deutschland geschaffen werden, wenn die Breitbandstrategie der Bundesregierung erfolgreich umgesetzt wird. Sie sieht bis zum Jahr 2014 die Aufrüstung der Netze auf 50 Megabit (Mbit) pro Sekunde vor. Von den Wachstumsimpulsen profitieren neben ICT-Anbietern vor allem die Bauwirtschaft und Elektronikhersteller – indirekt jedoch auch die Internetwirtschaft, die Medien, das Gesundheitswesen, der Handel oder Dienstleister. Der Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt beträgt der Studie zufolge in den kommenden fünf Jahren rund 60 Mrd. €.

Gerechte Verteilung von Lasten und Chancen des Breitbandausbaus.

Eine flächendeckende Glasfaserinfrastruktur, das Rückgrat des Breitbandnetzes, kostet in Deutschland nach Schätzungen von Experten zwischen 30 und 50 Mrd. €. Haupttreiber der Kosten sind hierbei die für den Breitbandausbau notwendigen Tiefbauarbeiten, die bis zu 50 000 € pro Kilometer betragen. Bei einem Marktanteil von rund 50 % ist die Telekom jedoch nicht in der Lage, 100 % des Netzes alleine auszubauen. Deshalb müssen auch Wettbewerber ihre Anstrengungen verstärken. Vor allem aber ist es nötig, dass auf europäischer und nationaler Ebene regulatorische



Bedingungen geschaffen werden, die es der Industrie ermöglichen, in wirtschaftlich vertretbarer Weise Milliardenbeträge insbesondere in den Ausbau der Glasfasernetze zu investieren.

Fortschritte beim Breitbandausbau in Deutschland. Um den Breitbandausbau auch in ländlichen Gebieten wirtschaftlich vorantreiben zu können, bieten wir den Kommunen in Deutschland seit Ende 2007 unterschiedliche Kooperationsmodelle an. Die Gemeinden können uns z. B. bestehende Kabelkanalanlagen oder Leerrohre zur Verfügung stellen oder die Tiefbauarbeiten übernehmen. Auch finanzielle Zuschüsse sind möglich.

Insgesamt hat die Telekom 2009 rund 9 000 Anfragen von Gemeinden erhalten – über 720 Kooperationsprojekte wurden realisiert. Durch die Kooperationen sowie Kapazitätserweiterungen und Regelausbau können insgesamt rund 300 000 Haushalte zusätzlich schnelle Internetanschlüsse nutzen.

Hochgeschwindigkeitsinternet in zahlreichen Städten Realität. Parallel zu unserem Engagement in ländlichen Gebieten investierte der Konzern im Berichtszeitraum auch weiter in die Erhöhung der Bandbreiten in Ballungsräumen. Wir wollen damit den Nutzern höheren Komfort bei hochauflösenden Media-Anwendungen bieten. Bis 2009 wurden mehr als 1 000 Städte von der Telekom mit ADSL2+ aufgerüstet. Im Berichtszeitraum setzte die Telekom auch die Modernisierung ihres Festnetzes in Deutschland mit VDSL-Technik weiter fort. So konnten bis Ende 2009 50 Städte mit VDSL ausgestattet werden, im Januar 2010 erreichte unser VDSL-Netz damit 10,9 Millionen Haushalte. In den kommenden zwei Jahren wird die Telekom in Deutschland rund 10 Mrd. € in den weiteren Netzausbau investieren. Neben VDSL werden auch moderne Glasfaseranschlüsse bis in die Häuser gelegt werden. Unser Ziel ist es, bis 2012 vier Millionen Haushalte mit Glasfaseranschlüssen zu erschließen.

Die griechische OTE stellte in den vergangenen fünf Jahren 95 % ihrer Telefonleitungen auf den ADSL-Standard um. Damit schuf sie in vielen Regionen Griechenlands erstmals die Voraussetzungen für den schnellen Transfer umfangreicher Datenmengen in bestmöglicher Qualität. Die Zahl der ADSL-Anschlüsse konnte sie von 50 000 im Januar 2005 auf mehr als eine Million Ende 2009 steigern. OTE erreichte damit eine der höchsten Wachstumsraten europaweit.

Mobiles und satellitenbasiertes Internet als Alternative. Für Gegenden, in denen der Ausbau des Glasfasernetzes zu teuer ist, prüfen wir verstärkt Mobilfunk- und Richtfunklösungen, um schnelle, stationäre Internetanbindungen möglich zu machen. Um auch unterwegs komfortabel und schnell auf anspruchsvolle Internetanwendungen zugreifen zu können, bietet die Telekom in Deutschland u. a. seit vielen Jahren satellitenbasiertes DSL flächendeckend an.

Schneller Zugriff überall. Gegenwärtig bieten wir unseren Kunden diverse Optionen zur mobilen, breitbandigen Internetnutzung. So stellt die Telekom in Deutschland die Übertragungstechnik EDGE flächendeckend zur Verfügung, die auf der zweiten Generation der Mobilfunktechnik, dem 2G- bzw. GSM-Netz beruht. Mit Übertragungsraten von bis zu 260 Kilobit pro Sekunde ist damit bundesweit mobiles Surfen im Internet möglich. In allen Ballungsräumen kann mit UMTS, der Technik der dritten Mobilfunkgeneration (3G), per Hochgeschwindigkeit auf das Internet zugegriffen werden. Per WLAN kann man sich zudem an über 40 000 Standorten, den HotSpots der Telekom, ins Internet einwählen.

Unser Ziel: Schnellstes Mobilfunknetz der USA. T-Mobile USA ist auf einem guten Weg, bereits im Jahr 2010 Betreiber des schnellsten 3G-Netzes der Vereinigten Staaten zu werden: 2009 hat T-Mobile USA die Ausdehnung ihres auf UMTS/HSDPA basierenden 3G-Netzes verdoppelt. Sie versorgt inzwischen 205 Millionen Menschen und deckt mehr als 270 Städte in den USA ab. Innerhalb ihres 3G-Netzes stellt die Landesgesellschaft seit Dezember 2009 außerdem HSPA 7.2 mit Übertragungsraten bis zu 7,2 Mbit pro Sekunde zur Verfügung. Um die gestiegenen Geschwindigkeiten abzusichern, richtet sie den hierfür notwendigen Backhaul ein. Sie arbeitet außerdem daran, den HSPA+ 21-Standard weiterzuentwickeln, und testet ihn seit September 2009 – als erster Mobilfunkbetreiber in den USA – in Philadelphia. Er erlaubt im Vergleich zur Leistung heutiger 3G-Netze dreibis fünfmal höhere Datendurchsatzgeschwindigkeiten.

Ziel ist es, die Voraussetzungen für eine verbreitete Nutzung der nächsten Mobilfunkgeneration, des „Next Generation Mobile Networks“ (NGMN), zu schaffen.

Erneuerung der Infrastruktur in Tschechien. T-Mobile Czech Republic verfügt laut einer im Juli 2009 veröffentlichten Umfrage der unabhängigen Organisation P3-Solutions über das zuverlässigste 2G-Mobilfunknetz in Tschechien. Im September 2009 konnte T-Mobile Czech Republic die erste Phase ihrer Erneuerung der bestehenden 2G-Mobilfunkinfrastruktur abschließen. Mit 2 270 Funkstationen wurde etwa die Hälfte der Anlagen durch neue, umwelt- und klimaschonende Technologien ersetzt. Im Januar 2010 starteten wir in Prag den Betrieb des 3G-Mobilfunks (UMTS/HSDPA). Neben den Einwohnern der tschechischen Hauptstadt sollen im Laufe des Jahres auch Bürger vieler weiterer größerer Städte eine Zugangsmöglichkeit erhalten.

Weg frei für die nächste Mobilfunkgeneration. Auch über den Ausbau der dritten Netzgeneration hinaus arbeiten wir an der Entwicklung noch schnellerer Übertragungstechnologien. Ziel ist es, die Voraussetzungen für eine verbreitete Nutzung der nächsten Mobilfunkgeneration, des „Next Generation Mobile Networks“ (NGMN), zu schaffen. NGMN kann mit verschiedenen Technologien realisiert werden, darunter WiMAX und Long Term Evolution (LTE). Seit 2008 testet die Telekom die LTE-Technik. Mit ihr werden fünf- bis zehnmal höhere Bandbreiten als bei HSDPA und HSUPA möglich.

Mit dem führenden chinesischen Mobilfunkausrüster Huawei hat die Telekom in Innsbruck 2009 das größte europäische LTE-Testnetz in Betrieb genommen. Unter realen Bedingungen werden Datenübertragungsraten bis zu 150 Mbit pro Sekunde erprobt. Dabei können mehrere Anwendungen wie das Downloaden von Dateien, Video-Streaming, Web-Browsing und Videotelefonie parallel durchgeführt werden.

Mobilfunkfrequenzen und Digitale Dividende: ein Quantensprung für den Mobilfunk. Im zweiten Quartal des Jahres 2010 stand Deutschland vor der größten Frequenzversteigerung seiner Geschichte: Insgesamt stehen 360 Megahertz an Frequenzen in vier verschiedenen Frequenzbändern zur Vergabe. Besondere Bedeutung kam dabei einem Teil der frei werdenden Frequenzbänder der sog. Digitalen Dividende von 790 bis 862 Megahertz zu. Diese werden durch die Nutzung für den Mobilfunk künftig eine enorme Aufwertung erfahren – eine „Dividende“, die sich für die gesamte Gesellschaft, allen voran für die Anwohner bisheriger „weißer Flecken“, auszahlen wird. Der Grund: Das Frequenzspektrum der Digitalen Dividende eignet sich aufgrund seiner physikalischen Eigenschaften besonders für den Netzaufbau in ländlichen Regionen, weil in diesem niedrigen Frequenzband nur relativ wenige Funkstationen erforderlich sind. Aber auch die anderen Bänder sind für die Versorgung mit schnellem mobilen Internetzugang von hoher Bedeutung, denn zur Realisierung der hohen Bandbreiten werden vor allem höhere Frequenzen benötigt. Die Telekom hat sich an der Versteigerung beteiligt, um mit modernen Netzen für die Zukunft gerüstet zu sein und nicht zuletzt um möglichst vielen Menschen die Chance auf eine Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft sichern zu können.

 **201** Weiterführende Informationen zum Thema „Netz- und Infrastrukturausbau“ im CR-Onlinebericht.

International verbessert.

Dialoge mit Kommunen zu Mobilfunk und Gesundheit beim Netzausbau. Information und Einbindung gehören für uns zu einem kooperativen und konstruktiven Umgang mit allen Beteiligten beim Ausbau des Mobilfunknetzes. Dabei ist der gegenseitige Informationsaustausch zwischen Kommunen und Mobilfunkbetreibern eine der wichtigsten Schnittstellen. Im Berichtszeitraum haben sich dafür alle Mobilfunk-Landesgesellschaften eingesetzt.  **202** Weiterführende Informationen zum Thema „Mobilfunk und Gesundheit“ im CR-Onlinebericht.

Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft.

Eine stabile flächendeckende Infrastruktur allein reicht nicht aus, um die digitale Spaltung – den „Digital Divide“ – in der Gesellschaft zu schließen. Vor allem in den Industrienationen wird der Anteil älterer Menschen immer größer. Ihnen mangelt es häufig an konkreten Möglichkeiten, den kompetenten Umgang mit neuen Medien zu erlernen. Entsprechend groß ist die Hürde, diese für sich nutzbar zu machen. Körperliche Behinderungen, aber auch unzureichende Bildungschancen und mangelnde materielle Ausstattung mit IT-Infrastruktur können zusätzliche Barrieren schaffen, die Menschen von der Informations- und Wissensgesellschaft ausschließen. Mit dem Handlungsfeld „Connect the Unconnected“ unserer CR-Strategie haben wir es uns deshalb zum Ziel gesetzt, die moderne ICT möglichst vielen Menschen zugänglich zu machen.  Siehe Seite 9.

Erfolgreicher Start des Leuchtturmprojekts „Ich kann was!“. Die Telekom trägt mit der gezielten Unterstützung von Kindern und Jugendlichen zur Schaffung einer zukunftsfähigen Gesellschaft bei. Im April 2009 startete die Initiative „Ich kann was!“. Bundesweit werden Projekte und Einrichtungen unterstützt, die ihren Schwerpunkt in der Kompetenz vermittelnden Arbeit mit Kindern und Jugendlichen zwischen 9 und 14 Jahren setzen. Ziel der Initiative ist es, Heranwachsenden – vor allem aus schwierigen wirtschaftlichen und sozialen Verhältnissen – die Möglichkeit zu geben, ihre persönlichen Potenziale zu entdecken und weiterzuentwickeln.

Enorme Resonanz auf die erste Ausschreibung. Bereits im ersten Jahr haben sich mehr als 600 Projekte und Einrichtungen aus Deutschland um die Teilnahme beworben, 66 davon wurden mit insgesamt 550 000 € gefördert.

Ziele für 2010: Breitenförderung und Öffentlichkeitsarbeit. Im Frühjahr 2010 startete die zweite Bewerbungsrunde für die Initiative „Ich kann was!“. Eine Jury von Fachleuten aus Wissenschaft und Politik sowie Personen des öffentlichen Lebens wählt erneut Projekte und Einrichtungen aus. Zugleich soll mit der Initiative das öffentliche Bewusstsein für die Bedeutung der Kompetenzförderung bei Heranwachsenden geschärft werden.

Infrastrukturprojekte an Schulen und öffentlichen Einrichtungen. Mit der Bereitstellung kostenloser EDV-Infrastruktur leistet die Telekom einen weiteren wichtigen Beitrag zur Überwindung des Digital Divide. Vor allem Kinder sollen die Chance erhalten, den kompetenten Umgang mit digitalen Medien zu erlernen. Im Rahmen des Projekts „Net in School“



René Obermann, Vorstandsvorsitzender der Telekom, beim Start der Initiative „Ich kann was!“ am 3. April 2009 in Berlin.

Im März 2010 wurde unser Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“ als offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet.

versorgt T-Hrvatski Telekom bereits seit 2001 gemeinsam mit dem kroatischen Bildungsministerium Schulen mit entgeltfreien Internetzugängen. Allein im Berichtszeitraum profitierten über 1 100 Schulen von diesem Angebot. Darüber hinaus stattete T-Hrvatski Telekom im Jahr 2009 29 Kinderheime mit kostenlosen Breitbandzugängen und Internetfernsehen aus.

Ähnlich engagiert zeigt sich T-Systems Italy: Seit über drei Jahren stellt das Unternehmen entgeltfrei Computer zur Verfügung, z. B. für Schulen in Burundi und Kongo sowie für Organisationen, die sich nach dem Erdbeben in den Abruzzen beim Wiederaufbau engagieren. Bereits im Jahr 2006 begann die OTE in Griechenland mit der Praxis, gebrauchte IT-Ausstattung wie PCs und Drucker u. a. an Schulen und Nichtregierungsorganisationen zu spenden. Durch die deutlich längere Nutzungsdauer der Geräte profitiert auch die Umwelt von diesem fortgesetzten Engagement.

Magyar Telekom bietet seit Dezember 2009 als erstes Unternehmen in Ungarn das Mobiltelefon Emporia TALKpremium an, das sich gezielt an Senioren richtet. Es verfügt über große Tasten, einen besonders lauten Rufton sowie einfache SMS- und Anruhfunktionen.

Barrierefreie Produkte für Menschen mit besonderen Bedürfnissen.

Vor allem Menschen mit altersbedingten Einschränkungen können noch nicht ausreichend von den Möglichkeiten digitaler Medien profitieren. Dafür bedarf es neuer Produkte und Dienste, die den Bedürfnissen der älteren Generation Rechnung tragen. Die Telekom fördert innovative Lösungen wie das im November 2009 auf dem deutschen Markt eingeführte analoge Festnetztelefon Easy CA22. Es verfügt über ein Display mit Großschrift, das insbesondere älteren Menschen die Nummernwahl erleichtern soll und mit digitalen Hörgeräten kompatibel ist. Weiterhin nehmen wir ergonomische Anpassungen an bereits bestehenden Produkten vor. So wird das IP-Telefon „speedphone“ mit einer verbesserten Haptik, Akustik und Nutzbarkeit als generationenübergreifendes Telefon auf den Markt kommen.

Mobile Notrufsysteme für mehr Sicherheit. Seit Dezember 2009 bietet die Telekom in der T-City Friedrichshafen gemeinsam mit der Fonium Deutschland GmbH das Notrufsystem derBUTLER® an. Vorangegangen war dem Projekt eine fünfjährige Entwicklungsarbeit. Mit Hilfe von derBUTLER® kann der Nutzer jederzeit seine Angehörigen oder eine Notrufzentrale kontaktieren. Durch ein integriertes Ortungssystem können vermisste Personen auch dort schnell aufgefunden werden, wo andere Ortungssysteme versagen.

Auch die bei T-Mobile Czech Republic seit dem 1. Juli 2009 verfügbare Anwendung CPA Halo trägt zum Sicherheitsempfinden der älteren Bevölkerung bei. CPA Halo wird zusammen mit einem Armband angeboten, das über eine zentrale Notruftaste verfügt. Diese ist auch für chronisch kranke Menschen oder Personen mit Behinderung eine hilfreiche Unterstützung.

Die griechischen Landesgesellschaften: Vorreiter bei bedarfsgerechten Lösungen.

Als landesweit erstes Unternehmen bietet Cosmote in Griechenland seit 2007 mit „Hands Free NoiZfree“ eine Technologie, die Menschen mit Hörhilfen und Implantaten mobile Kommunikation in hoher Qualität ermöglicht. Der in Kooperation mit einem Sprachinstitut entwickelte, kostenlose Service „Mobi-Talk“ wandelt dank einer speziellen Software Informationen auf dem Telefondisplay in Sprache um. Das 2006 auf dem griechischen Markt eingeführte „Voice e-mail“ beruht auf dem Prinzip der Stimmerkennung und ermöglicht so auch Nutzern mit Sehproblemen die einfache Verwaltung ihrer E-Mails.

Bei OTE können sich gehörlose oder hörgeschädigte Kunden seit dem Jahr 2000 über ein spezielles Call-Center zum Ortstarif beraten lassen, das mit textgestützter Telefonie arbeitet. Das Angebot gehört zu einer ganzen Reihe von bedarfsgerechten Produkten und Diensten für Menschen mit Hörbehinderung. Um ihnen unterwegs barrierefreie Telefonie zu ermöglichen, installiert OTE auch im öffentlichen Raum Text-Telefone: So betreibt sie 20 dieser Telefone für hörgeschädigte Personen am Athener Eleftherios Venizelos Flughafen.

Sonder- und Sozialtarife.

Direkte Hilfe mit Tradition. Sondertarife für Menschen mit Behinderungen bieten wir nicht nur in Deutschland an. Ein Beispiel hierfür sind die günstigen SMS-Tarife für hörbehinderte Menschen bei der ungarischen Magyar Telekom sowie der OTE und Cosmote in Griechenland. In Ungarn gelten diese auch für Menschen mit Sehbehinderung. In Kroatien erleichtert T-Hrvatski Telekom insbesondere einkommensschwachen Menschen durch Sozialtarife die Teilnahme an der Informationsgesellschaft.



Förderung der Medienkompetenz. Um die Medienkompetenz von Lehrern, Pädagogen und Schülern gleichermaßen zu fördern, unterstützt die Telekom seit Anfang 2008 die europäische Initiative „Teachtoday“. Ihr Ziel ist es, Lehrern in Europa aktiv Hilfestellung zu leisten, um ihren Schülern einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit neuen Medien zu ermöglichen. Die Internetplattform www.teachtoday.eu bietet dafür zahlreiche Hintergrundinformationen, Unterrichts- und Arbeitsmaterialien sowie Fallstudien – seit 2009 erstmals auch in deutscher Sprache.

Slovak Telekom: Einsatz für eine moderne Bildungslandschaft. Die internationalen Landesgesellschaften engagieren sich für eine Verbesserung der Wissensvermittlung mit Hilfe von ICT: Einmal im Jahr, zuletzt im September 2009, bietet Slovak Telekom Lehrern an technischen Schulen Einblicke in die Praxis des Unternehmens und vermittelt aktuelles Wissen zu neuen Technologien und Produkten. Zum vierten Mal in Folge wurden Initiativen, die ICT im Unterricht besonders innovativ einsetzen, mit dem „Slovak Telekom Award“ ausgezeichnet.

Gelebte Kultur der Verantwortung und des Engagements. Das Wissen unserer Mitarbeiter weiterzugeben ist – neben finanzieller Unterstützung – ein wesentlicher Teil des Konzernengagements. Im Berichtszeitraum engagierten sich rund 40 Beschäftigte der Magyar Telekom für das „Digital Bridge Program on Small Settlements“. Sie besuchten 15 ungarische Ortschaften, um ihre Bewohner mit den vielfältigen Möglichkeiten des Internets vertraut zu machen. Die Beschäftigten von T-Mobile Czech Republic setzten 2009 erfolgreich das Projekt „Seniors communicate“ mit der Schulung von 1 700 Senioren im Umgang mit Mobiltelefonen fort.

@203 Weiterführende Informationen zum Thema „Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft“ im CR-Onlinebericht.

Bildungsengagement und Deutsche Telekom Stiftung.

Bildung gilt als eine der wichtigsten Ressourcen unserer Zeit. Wie entscheidend gute Bildungsmöglichkeiten für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung sind, wurde durch eine OECD-Studie im Januar 2010 erneut aufgezeigt: Demnach zahlen sich Qualitätsverbesserungen in der Bildung stärker aus, als alle anderen konjunkturpolitischen Maßnahmen. Auch die Telekom ist auf kompetenten Nachwuchs angewiesen, um langfristig unternehmerisch erfolgreich zu sein. Im Rahmen ihrer gesellschaftlichen Verantwortung investiert sie auch außerhalb des Unternehmens in Bildung.

Deutsche Telekom Stiftung: Investitionen in den Bildungsstandort Deutschland. Seit ihrer Gründung im Jahr 2003 setzt sich die Deutsche Telekom Stiftung für eine Verbesserung des deutschen Bildungssystems ein.

Die Deutsche Telekom Stiftung konzentriert sich besonders auf die MINT-Fächer Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Mit praxistauglichen Modellen unterstützt sie Kindertagesstätten, Schulen und Hochschulen in Deutschland bei der zielgerichteten Vermittlung von MINT-Qualifikationen.

Mit den folgenden vier Förderschwerpunkten deckt die Stiftung dabei die gesamte Bildungskette ab.

Früh übt sich: „Natur-Wissen-schaffen“. Im Programm „Frühe Bildung“ wendet sich die Deutsche Telekom Stiftung an Kindergärten und Grundschulen. Denn bereits in der frühen Kindheit werden die Weichen für erfolgreiche Bildungsbiografien gestellt. Größtes Einzelprojekt in diesem Programmbereich ist „Natur-Wissen-schaffen“. Hier unterstützt die Stiftung Erzieherinnen und Erzieher bei der pädagogischen Umsetzung von Mathematik, Naturwissenschaften, Technik sowie der Medienbildung. 2009 startete die Praxiseinführung der hierfür entwickelten Arbeitsmaterialien.

Begeisterung macht Schule: Junior-Ingenieur-Akademie. Im Programm „Weiterführende Schule“ unterstützt die Deutsche Telekom Stiftung Schulen bei der Vermittlung von MINT-Kompetenzen, die für den jeweils weiteren Bildungsweg erforderlich sind. Die Junior-Ingenieur-Akademie gibt z. B. Schülerinnen und Schülern der gymnasialen Mittelstufe Einblicke in die Ausbildung und den Berufsalltag von Ingenieuren und Wissenschaftlern. 2009 hat die Telekom bundesweit sieben Schulen dabei unterstützt, eine Junior-Ingenieur-Akademie neu einzurichten. Damit gibt es mittlerweile 15 Schulen in Deutschland, an denen Jugendliche nicht nur im Unterricht, sondern auch in wissenschaftlichen Einrichtungen und Unternehmen die Arbeitswelt von Ingenieuren, Wissenschaftlern und Forschern kennenlernen.



Nachhaltiges Engagement für das deutsche Bildungssystem: Im Dezember 2008 hat die Telekom das Kapital der Deutsche Telekom Stiftung auf 150 Mio. € erhöht. 2009 flossen rund 12,5 Mio. € in die Projektarbeit.

Bildung auf die Spitze treiben: Exzellente MINT-Lehrerbildung. Die zentrale Stellschraube für die Verbesserung unseres Bildungssystems ist die Aus- und Weiterbildung von Lehrern. Bislang setzen zu wenige Hochschulen im MINT-Bereich innovative Akzente. Um inhaltliche und strukturelle Veränderungen anzustoßen und die Profilierung der Hochschulen in der MINT-Lehrerbildung zu stärken, schrieb die Stiftung im Programm „Hochschule“ 2009 einen Exzellenzwettbewerb aus. Die Gewinner – die Technischen Universitäten in Dortmund und München sowie die Freie Universität und die Humboldt-Universität in Berlin – erhalten seit Herbst 2009 für drei Jahre Fördermittel zur Umsetzung neuer Ideen und Konzepte in der Erstausbildung von MINT-Lehrkräften. Insgesamt stellt die Stiftung dafür 4,5 Mio. € bereit.

Gemeinsam Neues wagen: Innovationsindikator Deutschland. Im vierten Programmbereich „Innovation“ fördert die Stiftung den Dialog mit Politik und Öffentlichkeit, um die gesellschaftliche Wahrnehmung für Themen aus Forschung und Technik zu stärken. Wie in den Vorjahren wurde das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) von der Deutsche Telekom Stiftung und dem Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) mit der Erarbeitung der Studie „Innovationsindikator Deutschland 2009“ beauftragt. Deutschland belegte in diesem Ranking nur Rang 9 und rutschte damit im Vergleich zum Vorjahr um einen Platz ab, u. a. wegen Schwächen im Bildungssystem. Positiv merkten die Experten an, dass vermehrt Frauen MINT-Fächer studieren.

Nachhaltiges Engagement für das deutsche Bildungssystem. Die Telekom hat das Kapital der Deutsche Telekom Stiftung im Dezember 2008 auf 150 Mio. € erhöht. 2009 flossen rund 12,5 Mio. € in die Projektarbeit. Im Jahr 2010 werden sich die Stiftungsaktivitäten auf die Weiterentwicklung bestehender Projekte und die Verbreitung der Projekterfahrungen insbesondere durch Publikationen und Fachtagungen konzentrieren. So wird die Stiftung u. a. auf Basis des Projekts „Mathematik entlang der Bildungskette“ im Frühjahr 2010 Handlungsempfehlungen für die Bildungspolitik und Lerninstitutionen veröffentlichen.

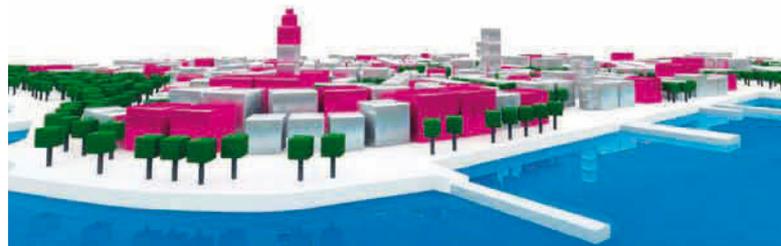
Internationales Bildungsengagement. Auch international engagiert sich der Konzern für die Stärkung des Bildungssystems, wie das Beispiel Slovak Telekom zeigt. Die slowakische Landesgesellschaft unterstützte 2009 über den „Slovak Telekom Endowment Fund“ 67 Projekte und 20 Einzelpersonen, z. B. durch Stipendien für talentierte Studenten mit Behinderung. Das Gesamtvolumen der Förderungen betrug mehr als 235 000 €.

204 Weiterführende Informationen zum Thema „Bildungsengagement und Deutsche Telekom Stiftung“ im CR-Onlinebericht.

Lösungen für vernetztes Leben und Arbeiten.

Globalisierung und wachsende Mobilität prägen seit Jahren den weltweiten Wandel von Wirtschaft und Gesellschaft. Mit dieser Entwicklung verlieren räumliche Distanzen immer mehr an Bedeutung. Berufliche und private Kontakte spannen weltweit ein dichtes Beziehungsnetz. Dabei entstehen auch neue Anforderungen und Bedürfnisse an eine einfache, schnelle und flexible Kommunikation und die digitale Vernetzung gewinnt weiter an ökonomischer und sozialer Relevanz. Die Telekom hat es sich deshalb zur zentralen Aufgabe gemacht, die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche aktiv mitzugestalten und ihre Kunden mit Verbesserungen und Innovation zu begeistern.

Vernetztes Leben: Forschung und Entwicklung für die vernetzte Welt. Unser Beitrag zur Vernetzung der Lebens- und Arbeitswelt ist Teil unseres Kerngeschäfts und bildet ein zentrales Handlungsfeld unserer CR-Strategie. **■** Siehe Seite 9. In einer dynamischen Welt möchten wir den Menschen mit innovativen Ideen als verlässlicher Partner zur Seite stehen. Bereits 2007 haben wir daher „Connected Life and Work“ als einen Schwerpunkt unserer Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten definiert. Im Mittelpunkt der von der Telekom entwickelten Produkte und Lösungen steht dabei die übergreifende Nutzung von Kommunikationstools, Internet und digitalen Inhalten über alle verfügbaren Endgeräte.


 BUSINESS
HIGHLIGHT


Die T-City-Zukünftler – digitale Zukunft schon heute erleben.

Sie sind Eltern, Singles, Senioren oder Studenten aus Friedrichshafen – und seit Juni 2009 sind sie auch „Zukünftler“. Neun Haushalte in der T-City nehmen an einem einzigartigen Projekt teil: Die Telekom stattet sie kostenlos mit diversen Informations- und Kommunikationstechnologien aus, die zum Teil noch nicht im Handel erhältlich sind. Auf diese Weise wird für sie die Welt von morgen bereits heute in den eigenen vier Wänden erlebbar. Die Zukünftler-Initiative ergänzt die bislang über 30 innovativen Projekte, die die Telekom gemeinsam mit Partnern wie der Stadt Friedrichshafen, dem Bund und Unternehmen in der Stadt am Bodensee testet. In Deutschlands Zukunftswerkstatt!



Interaktives Zuhause: HomeNetwork 2.0 im Praxistest. Dass man auch mit über 50 Jahren noch technikinteressiert sein kann, beweist das Zukünftler-Ehepaar Vogt. HomeNetwork 2.0 gehört zu den zahlreichen ICT-Anwendungen, die sie zurzeit in ihrem Haushalt testen: „Die neuen technischen Geräte machen richtig Spaß, wenn auch der Einstieg zuweilen Tücken bereitet. Unser Motto ist dann ‚learning by doing‘.“ Mit HomeNetwork 2.0 lassen sich alle Elektronikgeräte zuhause, standortunabhängig und individuell steuern: So können z. B. sämtliche Lampen über das Handy aus- und angeschaltet werden.

@214 Weiterführende Informationen zu unserer Zukunftswerkstatt T-City Friedrichshafen im CR-Onlinebericht sowie unter www.t-city.de.

Vernetzt.

Globale IT-Lösungen für eine starke Wirtschaft. Unter der Produktphilosophie „Vernetztes Leben und Arbeiten“ entstehen auch speziell für Geschäftskunden der Telekom zukunftsweisende Angebote und Konzepte für die vernetzte Arbeitswelt. Eine weltweite Infrastruktur aus Rechenzentren und Netzen von T-Systems bildet dafür die Basis.  Siehe Seite 39 f.

@205 Weiterführende Informationen zum Thema „Lösungen für vernetztes Leben und Arbeiten“ im CR-Onlinebericht.

Bürokratieabbau durch Digitalisierung. Überall dort, wo großer Verwaltungsaufwand besteht – in Kommunen, aber auch in Krankenhäusern und Versicherungen –, spielt ICT eine immer wichtigere Rolle. Zeit, Kosten und Ressourcen sparende Lösungen helfen, Bürokratie abzubauen, die Verwaltung zu entlasten und Kapazitäten für wichtige Kernaufgaben freizusetzen. **@206** Weiterführende Informationen zum Thema „E-Government“ im CR-Onlinebericht.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- @207** E-Health
- @208** T-City Ungarn
- @209** Corporate Volunteering
- @210** Sponsoring
- @211** Mobilfunk und Gesundheit
- @212** Netzqualität und -verfügbarkeit
- @213** Wertschöpfung

unter www.telekom.com/cr-bericht2010

Attraktiver Arbeitgeber sein.

Wir leben Verantwortung ...

... für die Gesellschaft.

... für unsere Beschäftigten.

... für unsere Lieferanten.

... für die Umwelt und das Klima.

... für unsere Kunden.

Auf dem Weg zum Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten kommen wir nur voran, wenn wir auf ein wettbewerbsfähiges, internationales „Konzern-Team“ zählen können. Eine motivierte Belegschaft und gelebte Servicekultur sind die Basis unseres Erfolgs. Darum setzen wir uns als Arbeitgeber umfassend für unsere Mitarbeiter ein und bieten ihnen vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten. Wir unterstützen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darin, ihre Potenziale voll zu entfalten. Weltweit wollen wir die besten Talente für uns gewinnen und so zu einem der besten Talentunternehmen werden.

Wettbewerbsfähige Belegschaft.

Verantwortung für unsere Mitarbeiter zu übernehmen heißt, nachhaltige und zukunftsfähige Strukturen zu schaffen. Im Zuge unseres grundlegenden Wandels zu „One Company“ vernetzen und integrieren wir unsere Organisationsstruktur, Arbeitsfelder, vor allem jedoch unsere Teams. Die produktive Zusammenführung bisher getrennter Kulturen erfordert ein maßgeschneidertes Veränderungsmanagement. Unser Ziel ist die globale Ausrichtung unserer Planung und Steuerung sowie unserer Services bei stärkerer internationaler Kompetenz und Zusammensetzung.

Um die Position der Telekom global wie in unserem Heimatmarkt weiter zu stärken, haben wir in einem ersten Schritt im Juli 2009 die T-Mobile International AG in die Deutsche Telekom AG integriert. Darüber hinaus setzten wir zum 1. Januar 2010 eine neue Struktur für die Telekom und ihre Konzernzentrale mit einer konsequenten Ausrichtung nach Regionen und Funktionen um. Zum 1. April 2010 erfolgt die Zusammenführung von T-Home und T-Mobile zur neuen „Telekom Deutschland GmbH“. Alle Schritte haben wir in enger Abstimmung mit den Arbeitnehmervertretern gestaltet. Eine entsprechende Absichtserklärung fließt in die Tarifverträge und Betriebsvereinbarungen ein. Die Mitarbeiter erhielten essenzielle Sicherheitszusagen, bspw. den Verzicht auf betriebsbedingte Kündigungen bis Ende 2010.

Qualitative Personalplanung als Leitplanke für Qualifizierung, Talentgewinnung und Beschäftigungsfähigkeit.

Mit ihrem modernen Total Workforce Management-Ansatz verfolgt die Telekom – als einer der wenigen Global Player – eine innovative Personalplanung, die vorausschauend mittelfristige Veränderungen in Produktportfolio und Märkten berücksichtigt. Wie sich diese Veränderung auf Anzahl, Struktur und Skills des Personals auswirkt, wird in Geschäftsszenarien simuliert und anschließend in strategische Personalprogramme übersetzt.

Die rein quantitative, effizienzgetriebene Betrachtung wird so durch methodisch verankerte, qualitative Analysen ergänzt, um notwendige Qualifikationsprofile frühzeitig zu ermitteln. Unsere Mitarbeiter und Führungskräfte erhalten detaillierte Analysen und Empfehlungen, welche fachlichen Anforderungen zur Abdeckung künftiger Innovations- und Wachstumsfelder entstehen. Einstellungspolitik, Weiterbildungsangebot und Talentprogramme werden auf die neuen Anforderungen ausgerichtet. Die Installation eines bedarfsgesteuerten internen Arbeitsmarkts flankiert qualitative Workforce-Anpassungen unter Berücksichtigung von Einsatzflexibilität und Mobilität.



Internationale Arbeitnehmerbeziehungen. Als weltweit agierender Konzern respektieren wir die etablierten Formen der Zusammenarbeit mit den jeweiligen Arbeitnehmervertretern in unseren Standortländern. Den „Export“ der deutschen Mitbestimmungskultur halten wir deshalb für nicht angemessen. In unserer „Guideline for the Cooperation with Employee Representatives“ haben wir uns eindeutig für die Verantwortung des nationalen Managements und seiner Funktionen bei der Gestaltung der „Employee Relations“ ausgesprochen. Auf Konzernebene haben wir den Bereich „Global Employee Relations Management“ (ERM) eingerichtet, der unter anderem als zentraler Ansprechpartner für alle internationalen Arbeitnehmer- und Arbeitgeberverbände sowie Gewerkschaften dient.

Europäischer Betriebsrat. Über den Europäischen Betriebsrat (EBR) pflegen wir eine aktive Sozialpartnerbeziehung mit den Arbeitnehmervertretern der Tochter- und Beteiligungsunternehmen aus der Europäischen Union. Jährlich finden zwei reguläre Sitzungen und vier Präsidiumssitzungen statt; Mitglieder des Konzernvorstands stehen dabei für Diskussionen und Erläuterungen zur Verfügung.

Aufbau, Umbau, Abbau: Fortsetzung des strategischen Personalprogramms. Wir sichern die Zukunftsfähigkeit der Telekom, indem wir die Altersstruktur des Unternehmens weiter ausbalancieren und neues Know-how ins Unternehmen holen. Allein in Deutschland planen wir, im Jahr 2010 bis zu 3 500 neue Mitarbeiter einzustellen, davon rund 1 400 Hochschulabsolventen und Experten mit Berufserfahrung. Im Jahr 2009 übernahm die Telekom in Deutschland mehr als 3 600 Beschäftigte, 90% davon unbefristet. Rund 2 100 der übernommenen Mitarbeiter waren Nachwuchskräfte aus eigenen Ausbildungsgängen.

Vivento: Dienstleister für den Personalumbau in Deutschland. Wir sind uns unserer besonderen Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern bewusst. Deshalb setzen wir beim Personalumbau auf sozialverantwortliche Lösungen. Unser spezialisierter Dienstleister Vivento übernimmt hierbei eine wichtige Rolle. Vivento betreut, berät und vermittelt Mitarbeiter, die einen beruflichen Wechsel in eine neue Beschäftigung wünschen. Ein besonderer Fokus liegt – über die heute vorwiegend befristeten Beschäftigungen hinaus – auf dauerhaften Beschäftigungsperspektiven. Im Jahr 2009 konnte Vivento die Zahl der Versetzungen von Beamten in den öffentlichen Dienst signifikant steigern. Zudem entwickelt Vivento gemeinsam mit vom Konzernumbau betroffenen Mitarbeitern neue Perspektiven.

@301 Weiterführende Informationen zum Thema „Wettbewerbsfähige Belegschaft“ im CR-Onlinebericht.

Neuausrichtung...

... von T-Systems. Mit dem Ziel, unseren Kunden einen umfassenden integrierten Service zu bieten, haben wir die neuen Geschäftseinheiten „Großkunden“ zu T-Systems und „Geschäftskunden“ zu Telekom Deutschland reorganisiert. Im Rahmen dieser Umstrukturierung einigten wir uns mit dem Sozialpartner auf ein gemeinsames Vorgehen beim Personalumbau und -abbau. Wir sicherten bspw. einen Kündigungsschutz bis Mitte 2012 zu. In den Bereichen Systems Integration und ICT Operations trat bzw. tritt der Kündigungsschutz nach Abschluss der Restrukturierungsmaßnahmen in Kraft.

Servicekultur.

In unserem Bestreben, das bestangesehene Serviceunternehmen zu werden, gilt es nicht nur unseren Kunden ein maximales Serviceerlebnis zu bieten. Denn was nach außen verkauft werden soll, muss auch nach innen gelebt werden. Unser Ziel ist es daher, auch gegenüber unseren Beschäftigten ein exzellentes Serviceniveau zu erreichen. Wir sind uns bewusst: Die Basis unseres Erfolgs sind gesunde, ausgeglichene Mitarbeiter, die sich offen auf die Veränderungen im Konzern einlassen und den Konzern aktiv voranbringen wollen. Deshalb haben wir eine Unternehmenskultur etabliert, die geprägt ist von Wertschätzung, dem Verständnis für Work-Life und einer offenen Feedbackkultur.

Gemeinsames Leitbild für die Neue Telekom. Die strategische Neuausrichtung der Telekom zur „One Company“ hat nicht nur einen strukturellen Wandel zur Folge, sie erfordert auch eine neue gemeinsame Unternehmenskultur im gesamten Konzern. 2009 haben wir daher mit den Guiding Principles ein konzernweit einheitliches Leitbild geschaffen. Die Guiding Principles definieren zentrale Werte der Telekom wie Kundenorientierung, gegenseitige Wertschätzung und eine offene Diskussionskultur und bilden die Basis für unsere gemeinsame, lebendige Servicekultur. Bereits Anfang 2009 haben wir erfolgreich damit begonnen, unsere Guiding Principles in Deutschland und allen Landesgesellschaften des Telekom Konzerns zu implementieren.

Servicequalifizierung und Servicekarrieren. Im Frühjahr 2009 gaben wir den Startschuss für das Modell der Servicekarriere. Diese berufliche Spitzenqualifizierung im Service und die bereits 2007 vereinbarte großflächige Servicequalifizierung sind wichtige Hebel, um unsere modernen Produkte und Dienstleistungen kompetent und serviceorientiert zum Kunden zu bringen. Insgesamt absolvierten die Mitarbeiter der Servicegesellschaften 2009 rund 130 000 Qualifizierungstage, zusätzlich zu den 610 000 Qualifizierungstagen von Mitarbeitern aus allen Unternehmensbereichen in Deutschland.

Gesundheit und Prävention: Grundbedürfnisse unserer Mitarbeiter. Gesundheit hat nach unserem Verständnis neben körperlichen sowohl psychische als auch soziale Dimensionen. Das „Kümmern um Gesundheit“ ist eine elementare Führungsaufgabe bei der Telekom und fester Bestandteil unserer internen Servicekultur. Unsere Führungskräfte sind aufgefordert, Vorbild und Verantwortungsträger für die Gesundheit ihrer Mitarbeiter zu sein. Zugleich motivieren wir unsere Mitarbeiter zu einem hohen Maß an Eigenverantwortung. Dazu stellt das betriebliche Gesundheitsmanagement zahlreiche Angebote aus den Bereichen des Arbeitsschutzes, der Gesundheitsvorsorge, der Mitarbeiter- und Führungskräfteberatung sowie ein vorbildliches, proaktives Pandemie-Management bereit.

Einheitliche Standards und zentrale Schnittstellen. Im Berichtszeitraum haben wir unser Gesundheitsmanagement neu organisiert, um konzernweit einheitliche und systematische Strukturen zu etablieren. So haben wir die Bereiche Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und betrieblicher organisatorischer Brandschutz zusammengeführt und zentral dem Bereich Personal untergeordnet. Parallel zu diesem Prozess haben bspw. T-Mobile Netherlands, T-Systems Hungary und Malaysia ihre Organisationsstrukturen zentralisiert und begonnen, ein Safety, Health und Environmental Managementsystem zu erarbeiten.

Die Vernetzung des Gesundheitsmanagements im gesamten Konzern wird ab 2010 durch Implementierung eines einheitlichen Managementsystems weiter vorangetrieben.

Konzernübergreifende Steuerungskreise. Zwei zentrale Gremien diskutieren die gesundheitspolitische Ausrichtung des Konzerns. Der Strategiekreis Gesundheit tagt auf übergeordneter Ebene und greift Themen rund um das betriebliche Gesundheitsmanagement auf. Im neu gegründeten zentralen Arbeitskreis Gesundheit erörtern Sozialpartner und Gesundheitsmanager aus den Betrieben gemeinsam die gesundheitspolitische Ausrichtung der Unternehmensbereiche.

61 ...

...junge Erwachsene vor allem aus bildungsferneren Schichten haben am 1. September 2009 ihr Jahrespraktikum in unserem Konzern begonnen.

Hohe Akzeptanz für Vorsorgeangebote. Im Berichtszeitraum nutzten mehr als 11 000 Mitarbeiter die Möglichkeit einer Untersuchung zur Früherkennung von Darmkrebs, fast 12 000 Beschäftigte ließen sich gegen die saisonale Grippe impfen. Weitere Präventivmaßnahmen waren die Einführung eines Medical-Check, die Optimierung der Angebotspalette beim Rücken-Management sowie der Start von zwei neuen Modulen des fit@work-Programms. Die verbesserte Gesundheitsquote verstehen wir auch als Ergebnis unserer Leistungen rund um den Gesundheitsschutz. Für 2010 planen wir weitere Programme zur Früherkennung körperlicher und seelischer Gesundheitsrisiken.

Work-Life als Teil der Unternehmenskultur. Eine gesunde Balance zwischen Arbeit und Privatleben zu finden, ist für uns eine immer wichtigere unternehmerische Aufgabenstellung. Die zunehmende Mobilität sowie die Flexibilisierung und Vernetzung der Arbeits- und Lebenswelt eröffnen einerseits Freiräume, können andererseits aber auch als Belastung empfunden werden. Um den daraus resultierenden Anforderungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerecht zu werden, unterstützt die Telekom ihre Beschäftigten mit gezielten Maßnahmen in Bereichen wie Gesundheit, Fitness, Arbeitsplatzgestaltung und Familie. Alle Angebote bündeln wir in unserem Programm „work-life@telekom“.

Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Wir wollen, dass unsere Beschäftigten Beruf und Familie miteinander in Einklang bringen können. Aktuell bietet der Konzern an den Standorten Bonn, Berlin, München, Darmstadt und Leinfelden-Echterdingen betriebliche Kinderbetreuung an. Noch in 2010 soll sich das voll ausgenutzte Angebot an betrieblich geförderten Betreuungsplätzen von 64 im Jahr 2005 auf dann mindestens 370 erhöhen. Zusätzlich ist die Einrichtung von weiteren 200 Plätzen bereits geplant. Unter Schirmherrschaft des Vorstandsvorsitzenden René Obermann haben bei der Telekom beschäftigte Väter im Jahr 2009 in der Bonner Zentrale das Netzwerk „Heimspiel. Das Väterteam“ gegründet. Es soll den Dialog unter Vätern fördern, ihnen mehr Freiräume verschaffen und sie zur aktiven Vaterschaft ermuntern.

„Meine Chance – ich starte durch!“ Unter diesem Motto bietet die Telekom in Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit (BA) benachteiligten Jugendlichen konkrete Perspektiven für ihren Berufseinstieg. 61 junge Erwachsene vor allem aus bildungsferneren Schichten haben am 1. September 2009 ihr Jahrespraktikum in unserem Konzern

begonnen. Sie haben die Chance, sich für unsere Berufsausbildung zu qualifizieren. Bei besonders guter Leistung können sie sogar sofort ins zweite Ausbildungsjahr einsteigen. Die Telekom ist damit das erste DAX-30-Unternehmen, das gemeinsam mit der BA ein Programm zur integrativen Einstiegsqualifizierung für junge Menschen umsetzt.

Offene Feedbackkultur. Die Kritik und Anregungen der Mitarbeiter haben für die Telekom einen hohen Wert. Sie legen Verbesserungspotenziale offen und geben uns ein wichtiges Stimmungsbild aus der Belegschaft. Deshalb ist unsere Feedbackkultur wesentliches Merkmal des Change-Managements und Teil des Kulturwandels. Regelmäßige Mitarbeiterbefragungen spielen dabei eine wichtige Rolle. Der Puls-Check, die konzernweite Pulsbefragung im Oktober 2009, zeigte, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unsere Guiding Principles sehr positiv aufgenommen sowie eine hohe Zufriedenheit mit ihrer Arbeit im Unternehmen haben. Jedoch stehen viele den Veränderungen im Rahmen des „One Company“-Prozesses nach wie vor kritisch gegenüber. Ein Zeichen für die steigende Zufriedenheit unserer Mitarbeiter – auch in Zeiten der Veränderung – setzt T-Hrvatski Telekom: Im Jahr 2009 stieg die Mitarbeiterzufriedenheit erneut um insgesamt sechs Prozentpunkte.

Direkter Draht zum Vorstand. Im Berichtszeitraum haben wir über das Intranet für unsere Mitarbeiter einen direkten Draht zum Vorstandsvorsitzenden geschaffen: Die Beschäftigten haben die Möglichkeit, eine Frage, die sie René Obermann gerne persönlich stellen würden, in einem Forum bewerten zu lassen. Die drei bestplatzierten Fragen beantwortet unser Vorstandsvorsitzender ausführlich. Auch andere Vorstände suchten 2009 das persönliche Gespräch, bspw. Finanzvorstand Timotheus Höttges bei der „One Finance Tour“.

 **302** Weiterführende Informationen zum Thema „Servicekultur“ im CR-Onlinebericht.

Talent Agenda.

Nur ein Unternehmen, das Talente anzieht, sie bindet und entwickelt, besitzt dauerhaft Innovationsstärke und unternehmerische Tatkraft. Darum setzt die Telekom auf ein vorausschauendes Nachwuchsmanagement: Wir bilden eigenen Nachwuchs aus, gestalten Hochschulkooperationen, um Absolventen zu gewinnen, und fördern aktiv duale und berufsbeleitende Studiengänge.

Talentmanagement.

Um unsere interne Talentsuche und -förderung noch effektiver zu gestalten, haben wir Ende 2009 ein crossfunktionales, den gesamten Konzern und alle Positionen übergreifendes Talentmanagement initiiert.

„Attraktive Arbeitgebermarke“. Nach zahlreichen internationalen Auszeichnungen als hervorragender Arbeitgeber haben wir im Jahr 2009 in Deutschland mit einer Vielzahl von Maßnahmen weitere wesentliche Fortschritte auf dem Weg zu einem anerkannten Talentunternehmen erzielt. Den Erfolg belegen die verbesserten Rankings etwa bei der Universum-Studie „Student Survey“ als begehrtester Arbeitgeber der Telekommunikations-Branche. In den USA ist die Telekom mit T-Mobile USA unter den Top-100-Unternehmen gelistet. In Europa wurde T-Hrvatski Telekom 2009 zum fünften Mal in Folge als „Employer of First Choice“ und T-Mobile Slovensko als „Best Employer“ ausgezeichnet. T-Systems Italy holte den „Top Employer Award 2009“. Damit setzen wir in den meisten unserer Märkte unseren Weg zur Top-Adresse für Nachwuchskräfte und Professionals fort.

Internationale Plattformen fördern den Dialog mit talentierten Studenten.

Um die Verbindung zwischen Top-Nachwuchskräften und unserem Unternehmen zu festigen, starteten wir im September 2009 die Eventserie „Technology meets Talent“: Wir luden jeweils rund 200 innovative Köpfe unterschiedlicher Disziplinen ein, um gemeinsam mit ihnen Lösungen für die Technologien, Kunden und Arbeitswelten von morgen zu kreieren. Slovak Telekom bietet mit ihrem jährlichen „Telekom Day“ rund 100 ausgewählten Studierenden technischer Fachrichtungen die Gelegenheit, sich auf nationaler Ebene zu vernetzen und den interdisziplinären Austausch zu pflegen. Im Berichtsjahr waren die thematischen Schwerpunkte dieser Veranstaltung das „3screens concept“ sowie aktuelle Trends und Innovationen der ICT-Branche.

Telekom Campus Tour. Am Talentmarkt ist die Telekom Campus Tour ein herausragendes Beispiel für innovative Nachwuchsaktivitäten. Von April bis Juli 2009 besuchte der Telekom Truck rund 40 bundesdeutsche Hochschulen und realisierte Tausende von persönlichen Gesprächskontakten. Für den Dialog mit Talenten nutzen wir auch intensiv soziale Online-Netzwerke wie Twitter und Facebook.

Mit exzellenter Ausbildung junge Talente fördern. Eine zentrale Rolle bei der Gewinnung talentierter Nachwuchskräfte spielt unsere konzerninterne Ausbildung. Wir nehmen unsere gesellschaftliche Verantwortung als „guter Bürger“ wahr und bilden weit über Bedarf aus. Seit Jahren liegt unsere Ausbildungsquote im Spitzenfeld großer deutscher Unternehmen. Zum 1. September 2009 eröffnete der Konzern erneut rund 3 500 jungen Menschen mit einem Ausbildungs- oder Studienplatz aussichtsreiche Perspektiven für ihren beruflichen Werdegang. Bis einschließlich 2013 ist eine Ausbildungsquote von 8,7 % der deutschen Belegschaft festgeschrieben. Damit garantiert der Konzern die Einstellung von bis zu 13 000 Auszubildenden und dualen Studenten innerhalb der nächsten vier Jahre.

Bologna@Telekom

Unsere neue Bildungschance: 2010 fördern wir über 200 weitere Mitarbeiter beim Studium neben dem Beruf.

Neue Bildungschance durch Bologna@Telekom. Ein zentrales Standbein unseres Bildungsengagements ist der Auf- und Ausbau des berufsbegleitenden Studiums. Dazu haben wir im Jahr 2009 die Initiative „Bologna@Telekom“ gestartet. Sie verzahnt das betriebliche Fördersystem mit dem neuen, zweistufigen Studiensystem aus Bachelor und Master. Zunächst in Deutschland verankert, unterstützen wir zukünftig leistungsstarke Mitarbeiter beim Erwerb eines staatlich anerkannten Studienabschlusses. Die Telekom übernimmt 50 % der Studiengebühren und stellt studierende Mitarbeiter für zehn Arbeitstage je Studienjahr frei. Zum Wintersemester 2009/2010 starteten bereits 70 berufsbegleitende Erstsemester in zwei technischen und zwei kaufmännischen Studiengängen an der konzern-eigenen Hochschule für Telekommunikation in Leipzig (HfTL) und der Steinbeis-Hochschule in Berlin. 2010 fördern wir über 200 weitere Mitarbeiter beim Studium neben dem Beruf. In Zukunft wollen wir die Initiative um weitere Studienangebote ergänzen.

Individuelle Karrierewege für Absolventen. Besondere Akzente setzen wir mit zwei Initiativen für ausgezeichnete Hochschulabsolventen. Jährlich können im Rahmen der 15-monatigen internationalen High-Potential-Initiative „Start up!“ rund 50 leistungsstarke Absolventen Veränderungen im Konzern aktiv mitgestalten und ihr Potenzial unter Beweis stellen. Im Jahr 2009 gingen hierfür mehr als 3 000 qualifizierte Bewerbungen für das Programm ein. Parallel zu „Start up!“ bietet „Jump in!“ Hochschulabsolventen – darunter natürlich auch den Absolventen unserer dualen Studiengänge – über den Direkteinstieg hervorragende Chancen für einen erfolgreichen Start bei der Telekom.

Systematisches Führungskräftemanagement mit „STEP up!“. Unsere Führungskräfte-Entwicklung „STEP up!“ haben wir zunächst für die rund 2 400 Executives in Deutschland implementiert. Im nächsten Schritt streben wir eine Ausweitung auf alle Führungskräfte an. Die Instrumente, Programme und Prozesse des Programms sind konsequent an den internationalen Strukturen unseres Konzerns ausgerichtet.

„Go Ahead!“: Entwicklungschancen für Experten. Der konzernweite Relaunch der Personalentwicklungssystematik „Go Ahead!“ bietet Experten transparente Entwicklungspfade und optimale Karriereperspektiven. Aktuell sind in den wettbewerbskritischen Bereichen bereits mehr als 50 000 Experten in die Systematik von „Go Ahead!“ eingebunden. Mehr als 600 Leistungs- und Potenzialträger haben wir darüber hinaus, parallel zur traditionellen Führungskarriere, für die Expertenkarriere ausgewählt.

„Performance und Potential Review“: Herzstück der Personalentwicklung. Seit mehreren Jahren setzen wir den Performance and Potential Review (PPR) erfolgreich als Instrument zur einheitlichen und länderübergreifenden Leistungs- und Potenzialeinschätzung unserer Führungskräfte im Rahmen von „STEP up!“ ein. Im Berichtszeitraum unterstützte ein eigenes IT-Tool erstmals den PPR-Prozess. Im nächsten Schritt ist die sukzessive Ausweitung dieses Instruments auf weitere Mitarbeitergruppen geplant.

Vielfalt eröffnet Chancen. Die Einzigartigkeit unserer Mitarbeiter und die Unterschiedlichkeit ihrer Stile treiben heute mehr denn je den weltweiten Erfolg des Telekom Konzerns.

„Wertschöpfung durch Wertschätzung“ – vom Business Case „Vielfalt“ profitieren alle, die mit der Telekom verbunden sind: Kunden, Mitarbeiter und ihre Angehörigen, unsere Aktionäre und die Gesellschaft um uns herum.

Neuaufstellung des Diversity Management. 2009 entwickelte die Telekom ihr Group Diversity Management (GDM) inhaltlich weiter und stellte es strukturell neu auf. Ein international besetztes Team aus Frauen und Männern setzt sich für gelebte Vielfalt bei der Telekom ein: Diversity-Experten sind für Schwerpunktthemen wie „Frauen in Führungspositionen“ oder „Work-Life“ verantwortlich. Diversity-Manager kommen in jeder unserer strategischen Geschäftseinheiten zum Einsatz: Sie schlagen die Brücke zwischen Diversity und Geschäft und stellen sicher, dass Personalentwicklung und Personalpolitik Diversity praktizieren. Das GDM initiierte im Jahr 2009 ein internationales Diversity-Netzwerk mit Verantwortlichen in den jeweiligen Ländern. Zielsetzung ist es, Diversity über alle Ebenen und in allen Regionen konsequent weiterzuentwickeln.

Frauen in Führungspositionen. Als erstes DAX-30-Unternehmen führte der Telekom Konzern im März 2010 eine Frauenquote für mittlere und obere Führungspositionen ein. Wir wollen konzernweit sicherstellen, dass bis Ende 2015 in diesen Hierarchiestufen 30 % der Positionen mit Frauen besetzt sind. Die Umsetzung dieser Quote bereiten wir systematisch vor, etwa durch Zielwerte bei Neueinstellungen von Hochschulabsolventen oder der Teilnehmerauswahl an Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen.


 BUSINESS
HIGHLIGHT

Darüber hinaus überprüfen wir laufend unsere Personalprozesse und -instrumente im Hinblick auf ihre Geschlechtsneutralität und lassen sie zum Teil auch extern zertifizieren. Magyar Telekom bspw. ließ 2009 ihren Rekrutierungsprozess von einer Nichtregierungsorganisation zertifizieren und gründete gleichzeitig ein Forum für Chancengleichheit.

Messbare Erfolge. Bei T-Hrvatski Telekom sind bereits 46 % der Führungspositionen mit Frauen besetzt, bei T-Mobile USA 30 %. Bei der Vergütung schneidet auch Deutschland sehr gut ab: Ein Vergleich im Jahr 2009 ergab keinerlei geschlechtsspezifische Benachteiligung bei der außertariflichen Bezahlung. Damit stellt die Telekom unter Beweis, dass sie faire Gehälter für Frauen und Männer gleichermaßen zahlt und keine Entgeltdiskriminierung zulässt.

@303 Weiterführende Informationen zum Thema „Talent Agenda“ im CR-Onlinebericht.

30%

... Frauen in Führungspositionen bis Ende 2015 – Die Telekom führt als erstes DAX-30-Unternehmen konzernweit eine Frauenquote auf Führungsebene ein.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

@304 Vergütung und Altersvorsorge
unter www.telekom.com/cr-bericht2010

Gut gerüstet für den Ernstfall.



Im Juni 2009 hat die Weltgesundheitsorganisation WHO erstmals die höchste Stufe ihres Pandemieplans ausgerufen. Dr. Anne-Katrin Krempien, leitende Ärztin bei der Telekom, im Gespräch über die Pandemievorsorge des Konzerns.

Welchen Stellenwert hat die Pandemievorsorge im Rahmen des Anspruchs der Telekom, ein attraktiver Arbeitgeber zu sein? Neben den Angeboten eines umfassenden Gesundheitsmanagements und Präventionsangeboten zeigt sich die Ernsthaftigkeit des Commitments gegenüber den eigenen Mitarbeitern gerade im Krisenfall: Wir verfolgen eine langfristige Pandemieplanung, um den weitgehenden beruflichen, aber auch privaten Schutz unserer Mitarbeiter vor Ansteckung sicherzustellen.

Welche Präventionsmaßnahmen wurden im Jahr 2009 angesichts der Bedrohung durch die „Neue Grippe“ H1N1 getroffen? Ein konzernweit agierender Krisenstab und die nationalen Krisenmanager vor Ort sorgten für eine umfassende Informations- und Präventionskampagne. Zum Einsatz kamen 300 Desinfektionsmittelspender, 11 000 Hygienepakete für Außendienstmitarbeiter, eine Pandemie-Hotline sowie ein kostenfreies Impfangebot für die Beschäftigten. Fast 4 000 Pandemiehelfer sind für den Ernstfall geschult. Diese nachhaltigen Strukturen ermöglichen auch in Zukunft schnelles Reagieren.

Was würde eine flächendeckende Pandemie für die Geschäftstätigkeit der Telekom bedeuten? Im Ernstfall steigt das Datenübertragungsvolumen rasant an. Die Aufrechterhaltung der Telekommunikationsinfrastruktur ist gerade dann in allen Lebensbereichen wichtig. Die Pandemievorsorge setzt auf eine funktionsfähige Infrastruktur mit klaren Abläufen und Verantwortlichkeiten für den Ernstfall.

✓ Nachhaltige Lieferantenbeziehungen pflegen.

Wir leben Verantwortung ...

... für die Gesellschaft.

... für unsere Beschäftigten.

... für unsere Lieferanten.

... für die Umwelt und das Klima.

... für unsere Kunden.

Die Telekom ist in mehr als 50 Ländern vertreten. Ein weltweiter Einkauf bietet für den Konzern und seine Lieferanten große wirtschaftliche Chancen – beinhaltet aber auch große Herausforderungen und Verantwortung. Mit unserem Engagement in Brancheninitiativen ebnen wir Wege, Lieferantenbeziehungen nach dem Motto „Integrität und Wertschätzung leben“ gemeinsam nachhaltig zu gestalten, und unterstreichen so unseren Führungsanspruch in der verantwortungsvollen Beschaffung.

Nachhaltige Beschaffungsstrategie.

Die Telekom verfolgt das Ziel, in CR eine internationale Führungsrolle zu erreichen und stellt sich dabei ihrer unternehmerischen Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Im Berichtszeitraum haben wir Waren und Dienstleistungen im Wert von 2,4 Mrd. € in Entwicklungs- und Schwellenländern eingekauft. Das entspricht 12 % des konzernweiten Beschaffungsvolumens.

Dass die Produktionsbedingungen in Schwellen- und Entwicklungsländern oftmals noch nicht den Umwelt- und Sozialanforderungen der Telekom entsprechen, ist eine unserer größten Herausforderungen bei der Realisierung eines nachhaltigen Einkaufs. Die Antwort darauf geben wir mit unserer Strategie zur nachhaltigen Beschaffung. Mit ihr fördern und sichern wir umwelt- und sozialverträgliche Standards sowie die Einhaltung von Menschenrechten bei unseren Lieferanten.

Ausweitung der Sustainable Procurement Working Group. Wichtigstes Steuerungsgremium zur Weiterentwicklung, Ausgestaltung und Umsetzung der nachhaltigen Beschaffungsstrategie ist die Sustainable Procurement Working Group (SPWG). Dort arbeiten Experten aus dem Bereich CR und allen Einkaufsbereichen der Telekom zusammen. Besonderen Wert legen wir auf die internationale Zusammensetzung der Gruppe u. a. mit Vertretern von T-Mobile Netherlands und T-Mobile UK. Im Berichtszeitraum trat auch T-Mobile USA der SPWG bei.

Neue Policies und Standards zur nachhaltigen Beschaffung. Unsere internen Richtlinien entwickeln wir fortlaufend weiter und stellen so hohe, konzernweit einheitliche Standards im Einkauf sicher. In diesen Prozess zur Neufassung der Global Procurement Policies and Practices wurden im Berichtszeitraum von der SPWG erarbeitete und erweiterte Anforderungen an den nachhaltigen Einkauf eingebracht. Ferner wurden die Nachhaltigkeitsanforderungen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen im Einkauf klarer gefasst.



Soziale und ökologische Kriterien bei der Lieferantenauswahl. Die Sozialcharta verpflichtet seit 2003 sämtliche Lieferanten der Telekom auf ökologische und soziale Mindeststandards. Auch der konzernweite Code of Conduct ist Basis jeder Lieferantenbeziehung. Um Nachhaltigkeitsaspekte noch fester im Vergabeprozess zu verankern, haben wir 2009 begonnen, Kriterien zur Bewertung von Angeboten zu entwickeln. Sie werden im Jahr 2010 in der Praxis erprobt.

Mehr Präsenz in Asien. Die Telekom wird die Zusammenarbeit mit Herstellern und Lieferanten aus Asien weiter vorantreiben. Ein wichtiger Arbeitsbereich ist dabei die Entwicklung von innovativen, wettbewerbsfähigen und nachhaltigen Lösungen für die gesamte Wertschöpfungskette. Um intensiver und effizienter mit den asiatischen Partnern zusammenzuarbeiten, richteten die Bereiche Einkauf, Technology und Produktmanagement deshalb zusätzlich zur offiziellen Vertretung in Beijing ein Büro in Shenzhen ein.

@401 Weiterführende Informationen zum Thema „Nachhaltige Beschaffungsstrategie“ im CR-Onlinebericht.

Nachhaltige Rohstoffbeschaffung.

Zur Fertigung von ICT-Produkten werden Rohstoffe wie Kobalt, Tantalum, Zinn, Gold oder Platin verwendet, die häufig unter problematischen Bedingungen in Entwicklungs- und Schwellenländern gewonnen werden. Die Telekom arbeitet mit ihren Zulieferern, die bspw. Mobiltelefone herstellen, eng daran, die ökologischen und sozialen Folgen der Rohstoffgewinnung zu minimieren.

„Statement on Extractives“. Um gegenüber unseren Zulieferern klar Position für eine verantwortungsvollere Rohstoffgewinnung zu beziehen, verabschiedeten wir 2009 das „Statement on Extractives“ der Telekom. Dieses verpflichtet die Telekom und ihre Beteiligungen – einschließlich unserer direkten Lieferanten und deren Sublieferanten – für die gesamte Lieferkette auf die in der Sozialcharta festgeschriebenen Grundsätze.

Richtlinien zur nachhaltigen Produktentwicklung. Für das Jahr 2010 planen wir die Einführung einer Richtlinie zur nachhaltigen Produktentwicklung. Damit systematisieren wir viele Kriterien, die schon heute bei der Konzeption neuer Produkte berücksichtigt werden, und machen sie zukünftig konzernweit verbindlich.

Branchenweiter Austausch in Initiativen. Nachhaltigkeitsdefizite in der Rohstoffgewinnung sind ein branchenweites Problem, das nur in Zusammenarbeit mit anderen Telekommunikationsunternehmen sowie den Herstellern von Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik zu lösen ist.

GeSI.

Als Gründungsmitglied ist die Telekom bereits seit 2001 in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) aktiv und arbeitet mit Experten anderer engagierter Unternehmen an der Verbesserung der Verhältnisse in der Rohstoffgewinnung. Seit Mai 2006 stellt die Telekom auch den GeSI-Chairman.

@402 Eine Übersicht über weitere Initiativen, in denen sich die Telekom engagiert, im CR-Onlinebericht.

Rohstoffabbau im Blickpunkt des Stakeholder Dialog Day. „Menschenrechte im Zusammenhang mit der Rohstoffgewinnung“, „Entwicklung von Produkten für die „Low Carbon Society“ sowie „Recycling und e-Waste“ – so hießen die Themen des im Mai 2009 veranstalteten „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ der Telekom. Etwa 70 interne und externe Interessensvertreter nahmen aktiv daran teil. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse prägten die Entwicklung unseres „Statement on Extractives“ maßgeblich mit.

@403 Weiterführende Informationen zum Thema „Nachhaltige Rohstoffbeschaffung“ im CR-Onlinebericht.

Lieferantenmanagement.

Die Telekom hat in ihrem Lieferantenmanagement Prozesse und Instrumente entwickelt, die es ermöglichen, schon frühzeitig Risiken zu erkennen und darauf zu reagieren.

Zu den Evaluierungsprozessen gehören der Fragebogen zur Präqualifikation, die Supplier Scorecard (inklusive Lieferantenbewertung zur Nachhaltigkeitsperformance), der umfangreichere E-TASC-Selbstauskunftsbogen (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) sowie Social Audits beim Lieferanten.

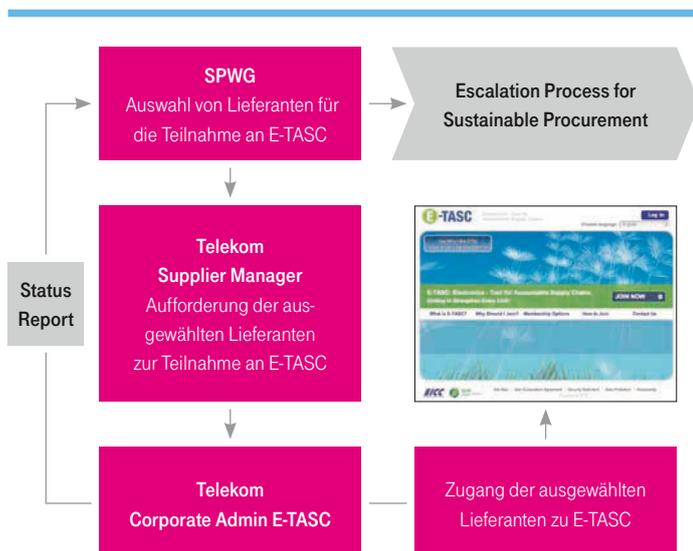
Identifizierung von Risiken und Methoden der Lieferantenbewertung.

Zur gezielteren Identifizierung von Risiken müssen neue Lieferanten vor Vertragsabschluss einen Fragebogen zur sog. Präqualifikation beantworten. Im Berichtsjahr haben wir diesen im Bereich Nachhaltigkeit erheblich erweitert.

Strategische Lieferanten der Telekom sowie solche, die risikobehafteten Branchen zuzuordnen sind, werden nach einer Vorprüfung aufgefordert, detaillierte Angaben zu ihren sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen und Managementsystemen zu machen. Hierzu nutzen wir das Online-Informationssystem E-TASC, eine branchenweit geeignete Lösung für die schnelle und einheitliche Nachhaltigkeitsbewertung von Lieferanten. Auch an der Weiterentwicklung von E-TASC ist die Telekom maßgeblich beteiligt.

Speziell zur Bewertung von strategischen Lieferanten nutzen wir außerdem die Supplier Scorecard. Diese enthält Performancekriterien zur Bewertung der CR-Compliance, des CR-Commitments und zur Nachhaltigkeitsperformance.

Der E-TASC-Prozess bei der Telekom.



Wachsende Bereitschaft zur Selbstauskunft. Bis zum Ende des Berichtszeitraums forderten wir mehr als 100 Lieferanten auf, Selbstauskünfte in E-TASC zu erteilen. Bis Ende 2008 beteiligten sich 20 Lieferanten. Ein Jahr später war deren Zahl auf 58 gestiegen. Der Einkaufsvolumenanteil von Lieferanten, die mit Informationen in E-TASC verfügbar sind, konnte von rund 20 % auf 36 % gesteigert werden.

Lieferantenworkshops und Aufklärungsarbeit. Die Telekom sucht gezielt den konstruktiven und kooperativen Dialog mit ihren aktuellen und potenziellen Lieferanten. So haben wir im Berichtsjahr drei Nachhaltigkeitsworkshops mit strategisch ausgewählten Lieferanten durchgeführt und uns an dem Projekt SWITCH-Asia beteiligt.

Auch intern – bei unseren Einkäufern – schärfen wir das Bewusstsein für eine nachhaltige Beschaffung: 2008 haben wir hierzu ein Online-Tool mit einem freiwilligen 90-minütigen Trainingsprogramm zum Thema CR eingeführt. Zurzeit wird das Tool in Kooperation mit der Humboldt-Universität zu Berlin überarbeitet.

Lieferantenaudits: Schwerpunkt Asien. Im Berichtszeitraum lag der Schwerpunkt der Lieferantenaudits im asiatischen Raum: In China wurden vier Audits bei Zulieferern von direkten Lieferanten der Telekom durchgeführt. Die geringe Zahl von Audits und die Konzentration auf China führten in diesem Zeitraum zu einer geringen Risikoabdeckung. Um sie zu erhöhen, soll die Anzahl der Audits 2010 auf mindestens 50 gesteigert werden. Diese werden von Experten der Telekom sowie qualifizierten Auditierungsfirmen durchgeführt. @404 Wesentliche Feststellungen und erzielte Verbesserungen der Audits 2009 im CR-Onlinebericht.

Ausweitung von Social Audits. In den vergangenen Jahren galt das Engagement der Telekom für Nachhaltigkeit in der Beschaffung als führend. Im September 2009 wurden wir von SAM Research als eines der zehn führenden Unternehmen im ICT-Sektor in die SAM Gold Class aufgenommen. Dennoch konnten wir im SAM-Rating im Bereich Supply Chain nicht an das gute Ergebnis aus dem Vorjahr anknüpfen. Bemängelt wurde, dass wir nur in sehr geringem Umfang Lieferanten auditiert und hierfür keine unabhängigen Dienstleistungsfirmen beauftragt hatten. Wir nehmen diese Kritik sehr ernst. Auch deshalb wird die Durchführung von Social Audits bei Lieferanten im Jahr 2010 ein Schwerpunkt unserer Arbeit sein.

@405 Weiterführende Informationen zum Thema „Lieferantenmanagement“ im CR-Onlinebericht.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- @406 Initiativen, in denen sich die Telekom engagiert
- @407 Social Audits
- @404 Wesentliche Feststellungen und erzielte Verbesserungen der Audits 2009

unter www.telekom.com/cr-bericht2010


 BUSINESS HIGHLIGHT

SWITCH-Asia.

Die Telekom setzt sich international für die nachhaltige Gestaltung von Lieferantenbeziehungen ein. Insbesondere in China besteht Nachholbedarf im Bereich Nachhaltigkeit. Wir engagieren uns darum gezielt beim Aufbau von Nachhaltigkeitskompetenz in Wirtschaft, Politik und Verwaltung vor Ort.

Im Rahmen des Projekts finden regelmäßig Veranstaltungen statt, um Unternehmen über das Thema Nachhaltigkeit zu informieren und für eine Zusammenarbeit zu gewinnen. So wurde im April 2009 eine Informationsveranstaltung in Beijing organisiert, an der etwa 200 kleine und mittlere Unternehmen der Branche teilnahmen.

2009 konnte bereits ein wichtiges Teilziel von SWITCH-Asia erreicht werden: Im Dezember wurden Standardrichtlinien zu Öko-Effizienz, Arbeitssicherheit und CR für die chinesische Elektronikindustrie entwickelt.

Außerdem fand ein zweitägiger Workshop für kleine und mittlere Unternehmen sowie Vertreter aus Politik und Wirtschaft in Shenzhen statt. Zahlreiche Teilnehmer aus Europa und Asien informierten sich dabei über den Stand der nachhaltigen Entwicklung in der chinesischen Elektronikindustrie und die im Projekt entwickelten Standardrichtlinien. Außerdem nutzten sie die Gelegenheit, um Steuerungsinstrumente zur Implementierung von Umwelt- und Sozialstandards kennenzulernen. Das Interesse vor Ort zeigt, dass das Bewusstsein für Nachhaltigkeit in China zunimmt.



Für SWITCH-Asia in China aktiv: Zhengqing Zhang (Head of Market Research, Deutsche Telekom China) und Igor Darbo (Team Leader SWITCH-Asia Project).

SWITCH-Asia – ein internationaler Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung. In China unterstützen wir als strategischer Partner („Project Associate“) und in dieser Rolle alleiniger Vertreter der ICT-Branche das 2009 gestartete und von der EU geförderte Projekt SWITCH-Asia. Ziel des über vier Jahre laufenden Projekts ist die Qualifizierung von mehr als 500 kleinen und mittleren Unternehmen aus der Elektronikindustrie zu Themen wie Öko-Effizienz, Arbeitssicherheit und CR. Im Einzelnen beteiligten wir uns 2009 an der Entwicklung von Richtlinien, der Zusammenstellung von Trainingsmaterial sowie der Auswahl und Qualifizierung von Projektteilnehmern.

Eckdaten:

- **Projektlaufzeit:** Februar 2009 bis Februar 2013
- **Projektziel:** Förderung der nachhaltigen Entwicklung in China
- **Projektteilnehmer:** kleine und mittlere Unternehmen der Elektronikindustrie in China sowie Vertreter aus Wirtschaft und Politik in Asien und Europa

Energie- und Ressourcenverbrauch minimieren.

Wir leben Verantwortung ...

... für die Gesellschaft.

... für unsere Beschäftigten.

... für unsere Lieferanten.

... für die Umwelt und das Klima.

... für unsere Kunden.

Mit ihrem Anspruch auf eine Vorreiterrolle im internationalen Umwelt- und Klimaschutz stellt die Telekom alle Unternehmensbereiche fortlaufend auf den Prüfstand und entwickelt umweltverträgliche Maßnahmen und Technologien für eine nachhaltige Wirtschaftsweise. Hierzu zählen u. a. ein konzernweites Umweltmanagementsystem, ein effizientes Ressourcenmanagement, aber auch eine umweltfreundliche Netzinfrastruktur. Als Impulsgeber innerhalb der ICT-Branche leistet der Konzern zudem einen wichtigen Beitrag zur energieeffizienten Gestaltung weltweiter Kommunikationsprozesse.

-20%

Der ICT-Sektor allein ist für 2% des weltweiten CO₂-Ausstoßes verantwortlich. Die Branche kann damit maßgeblich zur Reduktion klimaschädlicher Treibhausgase beitragen und ist sich ihrer Rolle als treibende Kraft auf dem Weg zu einem nachhaltigen Klimaschutz bewusst. Die Telekom hat den Schutz des Klimas und die Förderung einer klimafreundlichen Gesellschaft daher in ihrer CR-Strategie fest verankert. Ein wichtiger Schritt ist dabei die Verwirklichung unseres Klimaziels: Bis 2020 wollen wir unseren CO₂-Ausstoß um 20% gegenüber dem Basisjahr 1995 reduzieren.

Klimaschutz.

Auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“. Um der globalen Erwärmung wirkungsvoll zu begegnen, müssen Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Politik auf nationaler und internationaler Ebene zusammenarbeiten. Diesen Prozess gestalten wir aktiv mit. Als Gründungsmitglied der European Leaders Group on Climate Change (EU CLG) haben wir den Fokus im Berichtszeitraum auf Aktivitäten im Rahmen der UN-Klimakonferenz in Kopenhagen gelegt. So forderte die EU CLG den Präsidenten der Europäischen Kommission José Manuel Barroso auf, den Weg in eine „dynamic low-carbon economy“ zu ebnen. Um ihrer Forderung Nachdruck zu verleihen, verfasste die EU CLG im September 2009 ihr Copenhagen Communiqué, das auch Reinhard Clemens, Vorstandsmitglied T-Systems, im Namen der Telekom unterschrieb. Zentrale Forderungen sind hierbei zum einen die Verabschiedung klarer Ziele und Strategien für eine drastische Reduktion der Treibhausgasemissionen, zum anderen die Stärkung des Emissionshandels sowie die Forcierung der Entwicklung und Anwendung kohlenstoffarmer Technologien.

Welche entscheidende Rolle der ICT-Branche im internationalen Klimaschutz zukommt, verdeutlichen die Ergebnisse zweier Studien: die globale Studie „SMART 2020“ von GeSI aus dem Jahr 2008 sowie „SMART 2020 Addendum Deutschland“ von Dezember 2009.

Als Hauptsponsor veröffentlichten wir in Kooperation mit weiteren Partnern die Studie „SMART 2020 Addendum Deutschland“, deren Fokus auf der Identifizierung und Umsetzung konkreter Geschäftskonzepte zur Reduktion von CO₂-Emissionen bis zum Jahr 2020 liegt. Dabei wurden nicht nur die Einsparmöglichkeiten in der ICT-Branche selbst, sondern auch das Reduktionspotenzial durch den intelligenten Einsatz von ICT in anderen Branchen ermittelt. So ergab die Studie, dass nennenswerte Emissionsrückgänge in fünf Sektoren zu realisieren sind – und zwar in den Bereichen Smart Buildings (Gebäudewirtschaft), Smart Logistics (Logistik), Smart Grid (Stromwirtschaft), Smart Motors (Industrieautomation) und Dematerialisierung. Die Impulse der Studien werden in den kommenden Jahren zu konkreten Maßnahmen für ein klimafreundliches Wirtschaftswachstum weiterentwickelt.

Neues Expertengremium für den Klimaschutz. Der zunehmende Handlungsdruck im weltweiten Klimaschutz veranlasst die Telekom, sämtliche Klimaschutzrelevanten Aktivitäten erneut auf den Prüfstand zu stellen. So wollen wir weitere Reduktionspotenziale im Konzern identifizieren, die dazu beitragen, unser Klimaschutzziel – eine 20-prozentige CO₂-Reduktion auf der Basis der Emissionswerte von 1995 – nicht nur zu verwirklichen, sondern zu übertreffen. Hierfür wurde im Berichtsjahr eine konzerninterne Expertengruppe, die „Climate Change Group“, gegründet. Zu ihren inhaltlichen Schwerpunkten gehören u. a. die Abstimmung der konzernweiten Klimaschutzziele sowie die Identifikation des Reduktionspotenzials von CO₂-Emissionen in den drei Scopes des Greenhouse Gas Protocol: direkte Emissionen, indirekte Emissionen und Emissionen in der Supply Chain.

Die Grundlage hierzu lieferten die Ergebnisse des im Berichtsjahr initiierten Projekts „Company Carbon Accounting – Aufnahme der CO₂-Vermeidungspotenziale“. Zentraler Gegenstand des mit Unterstützung von Experten der PricewaterhouseCoopers AG durchgeführten Projekts war die erstmalige Erfassung der wesentlichen Emissionsströme und Minderungspotenziale entlang der gesamten Wertschöpfungskette für den Konzernbereich Deutschland. Dabei zeigte sich, dass wesentliche Emissionsmengen und Reduktionspotenziale sowohl in der Supply Chain als auch in nachgelagerten Wertschöpfungsstufen (im Wesentlichen in der Nutzungsphase) verankert sind. Die Berücksichtigung dieser Emissionsmengen trägt wesentlich dazu bei, die Entwicklung und den Einsatz klimafreundlicher Produkte und Dienstleistungen weiter im Konzern zu forcieren – von Festnetz- und Mobilfunktelefonen über Webkonferenzen bis zu Smart-Metering-Lösungen.  Siehe Seite 45 f.

Zielsetzung der Telekom ist es, das Company Carbon Accounting-Projekt sukzessive auf ausländische Beteiligungen auszuweiten.

Internationaler Beitrag. Die internationalen Gesellschaften der Telekom haben im Berichtszeitraum einen erheblichen Beitrag zur konzernweiten Einsparung von CO₂-Emissionen geleistet und damit die Vorreiterrolle des Telekom Konzerns im Klimaschutz unterstrichen.

So konnte bspw. OTE im Berichtsjahr den Stromanteil aus erneuerbaren Energien am Gesamtstromverbrauch deutlich steigern. Außerdem hat sie ihre Berechnungen zum Carbon Footprint auf alle größeren Standorte in Attica und Umgebung ausgeweitet. Auch bei Cosmote Romania wurden im Jahr 2009 diverse Programme zur Reduktion von CO₂-Emissionen in den Bereichen Basisstationen, Gebäudemanagement und Shops angestoßen. Cosmote Greece hat zudem an insgesamt 37 Basisstationen Photovoltaikanlagen installiert. Zusätzlich wurden 2009 weitere Basisstationen mit Kühlungssystemen ausgestattet, die mit Außenluft arbeiten. Insgesamt 1 401 Stationen verfügen inzwischen über diese energiesparende Technik. T-Mobile Austria arbeitet intensiv an der Senkung ihres Energieverbrauchs in den T-Centern. Die Sanierung von Klimaanlage ermöglicht dem Unternehmen zudem eine jährliche Einsparung von ca. 720 000 kWh. Auch gelang es T-Mobile Austria im Berichtszeitraum, den CO₂-Ausstoß ihres Fuhrparks um rund 23 % zu reduzieren. Signifikante CO₂-Reduktionen konnte auch T-Mobile USA realisieren: Die Anzahl der Geschäftsreisen sank von 2008 bis 2009 um 57 % (davon allein der Anteil an Flugreisen um 49 %).

Seit dem 15. Februar 2010 reist jeder Telekom Mitarbeiter auf seinen Geschäftsreisen im Nah- und Fernverkehr klimaneutral.

T-Systems Iberia gelang es in besonderem Maße, seine Mitarbeiter durch Schulungen, eine neu geschaffene Rubrik für Umweltinformationen im Intranet und das Einrichten einer eigenen E-Mail-Adresse für Umweltbelange in die Klimaschutzbemühungen des Unternehmens einzubeziehen. Für T-Mobile UK stellt die Reduktion ihres Verpackungsmaterials eine wichtige Größe bei der CO₂-Vermeidung dar. Im Berichtsjahr hat das Unternehmen ein Kalkulationssystem für CO₂-Emissionen entwickelt, die im Prozess der Herstellung und des Transports von Verpackungsmaterial für Mobilfunkgeräte entstehen. Diese Erkenntnisse werden dazu beitragen, bereits im Jahr 2010 eine 10-prozentige CO₂-Emissionsreduktion zu realisieren.

Förderung einer nachhaltigen Mobilität. Mit der Verabschiedung unserer Green Car Policy am 15. Dezember 2009 haben wir neue Maßstäbe für eine nachhaltige Mobilität im Konzern gesetzt: Um die CO₂-Emissionen kontinuierlich zu senken, werden mit Einführung der neuen Car Policy durch den konzerninternen Dienstleister für das Fuhrparkmanagement, DeTeFleetServices, in jeder Fahrzeugkategorie nur noch CO₂-effiziente Fahrzeuge angeboten. Um Mitarbeiter zur Auswahl verbrauchsarmer Fahrzeuge zu motivieren, wird zudem ein Bonus-Malus-System eingeführt. Hierbei wird das gewählte Fahrzeug an seinem CO₂-Ausstoß gemessen und der Nutzer sowohl an den Mobilitätskosten als auch an der höheren Umweltbelastung beteiligt bzw. er erhält bei der Wahl eines besonders umweltfreundlichen Fahrzeugs einen Bonus in Relation zu den eingesparten Kraftstoffkosten. Die Green Car Policy ist am 1. April 2010 für alle deutschen Konzerngesellschaften in Kraft getreten.

Die Neuregelungen der Green Car Policy werden durch eine Vielzahl an Maßnahmen der DeTeFleetServices flankiert, um die mobilitätsbedingten CO₂-Emissionen des Konzerns noch weiter zu senken. Weil neben der Fahrzeugklasse auch der persönliche Fahrstil den Kraftstoffverbrauch beeinflusst, werden seit 2009 Öko-Fahrtrainings für sämtliche Fahrzeugnutzer der Konzerneinheiten in Deutschland angeboten. Außerdem beteiligt sich DeTeFleetServices bei der Pilotierung von Elektrofahrzeugen und alternativen Antriebssystemen wie Wasserstoff-Brennstoffzellen. Das Zusammenspiel aller Maßnahmen soll bis 2015 dazu führen, den durchschnittlichen CO₂-Ausstoß neu eingesteuerter Fahrzeuge auf 110 g pro km zu reduzieren. Damit geht die Telekom signifikant über die Zielsetzung der Europäischen Union hinaus, und zeigt deutlich, dass sie bereit ist, Verantwortung für die eigene Entwicklung zu übernehmen.

Auch die umweltfreundliche und CO₂-sparende Reisegestaltung ist ein wichtiger Hebel zur Reduktion von Treibhausgasen. Daher haben wir in unserer Konzern-Reiserichtlinie eine umweltschonende Reisegestaltung

verankert. Dies beginnt mit der Frage, ob eine Telefon- oder Webkonferenz als sinnvolle Alternative zu einer Reise dient. Aber auch das Reiseverhalten soll gezielt gesteuert und die Bahn als Verkehrsmittel dem Flugzeug vorgezogen werden. Mit der Deutschen Bahn sind wir hierfür eine wegweisende Kooperation eingegangen: Seit dem 15. Februar 2010 reist jeder Telekom Mitarbeiter auf seinen Geschäftsreisen im Nah- und Fernverkehr klimaneutral. Anhand des jährlichen Reisevolumens der Telekom kauft die Deutsche Bahn die entsprechende Menge Strom aus erneuerbaren Energien ein – also Wasserkraft, Windkraft und Sonnenenergie. Der Strom wird ausschließlich in Deutschland gekauft und direkt in das Netz der Deutschen Bahn eingespeist. Geprüft und zertifiziert wird der gesamte Ablauf zum CO₂-freien Reisen vom TÜV Süd, der die Strommenge, den Einkauf und die Mittelverwendung als neutraler Gutachter kontrolliert. Unseren Mitarbeitern bieten wir zudem schon seit 2004 ein vom Unternehmen vermitteltes Jobticket für die Fahrt mit öffentlichen Nahverkehrsmitteln zu besonders günstigen Konditionen an, das im Berichtsjahr von 21 300 Mitarbeitern genutzt wurde.

@501 Weiterführende Informationen zum Thema „Klimaschutz“ im CR-Onlinebericht.

Nachhaltiges Energiemanagement.

Green ICT ist in den letzten Jahren zum Synonym intelligenter und ressourcenschonender Informations- und Telekommunikationstechnik geworden. Wir setzen jedoch nicht nur bei Kundenlösungen auf moderne grüne Technik: Indem wir den Einsatz regenerativer Energien und die Erforschung zukunftsweisender Technologien fördern, leistet die Telekom auch konzernintern einen wichtigen Beitrag zur CO₂-Reduktion und setzt gleichzeitig neue Branchenstandards.

RECS

Bereits seit Januar 2008 stammt der von uns benötigte Strom in Deutschland zu 100% aus erneuerbaren Quellen – direkt durch den Anteil im deutschen Strommix und indirekt durch den Zukauf von RECS-Zertifikaten (Renewable Energy Certificate System) aus skandinavischen Wind- und Wasserkraftwerken.

Verantwortungsbewusster Umgang mit natürlichen Ressourcen. Im Berichtszeitraum hat die Telekom weiter daran gearbeitet, ihre betrieblichen Aktivitäten vom CO₂-Ausstoß zu entkoppeln.

Auch T-Mobile Netherlands hat im Jahr 2009 entscheidende Schritte zur Optimierung seines Energiemanagements unternommen: Im Rahmen seiner CR-Strategie 2010 führte das Unternehmen eine Bestandsaufnahme zu seinem Energieverbrauch und seinem CO₂-Fußabdruck (Carbon Footprint) durch und ernannte im August 2009 einen unternehmensinternen Energy Manager. Der Anteil erneuerbarer Energien am Stromverbrauch der niederländischen Landesgesellschaft konnte bis Ende 2009 auf 83 % gesteigert werden.

Neue Maßstäbe in der Wasserstoff-Brennstoffzellentechnologie. Wasserstoff-(H₂-)Brennstoffzellen gehören zu den zukunftsweisenden Technologien einer emissionsarmen Energiegewinnung. Dieses Potenzial wollen wir nutzen. Inzwischen nimmt die Telekom bei der Entwicklung und dem Einsatz von Wasserstoff-Brennstoffzellen eine internationale Führungsrolle ein. In einem innovativen Pilotprojekt setzt der Technische Kundendienst der Telekom in Hannover und Berlin seit 2009 die neue Generation „H₂ Cargobikes“ bei Kundenbesuchen ein. Die wasserstoffbetriebenen Fahrräder schonen durch ihre emissionsfreie Fahrt nicht nur die Umwelt, sondern beugen gleichzeitig dem Bewegungsmangel der Mitarbeiter vor und leisten damit einen wichtigen Beitrag zur Gesundheitsprävention. Das Cargobike-Projekt „Klimafreundliche H₂ City Mobilität“ der Telekom wurde am 21. Dezember 2009 als „Ausgewählter Ort 2010“ der Initiative „Land der Ideen“ unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten Host Köhler vorgestellt.



Auszeichnung des Cargobike-Projekts „Klimafreundliche H₂ City Mobilität“ im Rahmen des Wettbewerbs „365 Orte im Land der Ideen“.

@502 Weiterführende Informationen zum Thema „Nachhaltiges Energiemanagement“ im CR-Onlinebericht.

65%

... der Bürger über 14 Jahre sind regelmäßig online.

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur.

Weltweit spielt moderne ICT im Wirtschafts- und Privatleben eine immer größere Rolle. Die Zahl der Netznutzer wird inzwischen weltweit auf 1,6 Milliarden geschätzt; in Deutschland sind etwa 65 % der Bürger über 14 Jahre regelmäßig online. Zusätzlich führen immer leistungsfähigere Dienste und wachsende Datenübertragungsraten dazu, dass der Stromverbrauch der ICT-Infrastruktur kontinuierlich zunimmt. Die Steigerung der Energieeffizienz unserer Netzinfrastruktur und unserer Rechenzentren ist daher ein wichtiger Hebel für den konzernweiten Klimaschutz.

Energieeffiziente Systemtechnik. Sowohl bei der Planung neuer als auch bei der Optimierung bestehender Netze spielt die Energieeffizienz für die Telekom eine entscheidende Rolle. So wird alte Systemtechnik sukzessive durch neue, energieeffiziente Gerätegenerationen ersetzt. Die technischen Neuerungen entstehen dabei im proaktiven Dialog mit unseren Systemtechniklieferanten. Die umfassende Erneuerung der Mobilfunknetze, die Modernisierung der Core-Netz-Elemente sowie die Nutzung der Brennstoffzellentechnik an Basisstationen sind Beispiele für Neuentwicklungen in der Systemtechnik, die den Energieeinsatz signifikant senken.

Durch intensive Forschungs- und Entwicklungsarbeit treibt insbesondere T-Systems die ökonomische wie ökologische Optimierung der Infrastruktur von neuen und bestehenden Rechenzentren voran. Ein wichtiger Ansatzpunkt bei den grünen Rechenzentren ist die Reduzierung des Stromverbrauchs zu deren Klimatisierung: Da rund 40 % des Energieverbrauchs von Rechenzentren auf die Kühlung entfallen, schalten wir die Klimaanlage in vielen der bundesweit 30 Rechenzentren bei Außentemperaturen unterhalb von zehn Grad Celsius komplett ab. Genutzt wird stattdessen die kühle Außenluft, nachdem diese einen Filterprozess durchlaufen hat.

Auch Slovak Telekom hat mit seinem „New Data Center“ im September 2009 ein ambitioniertes Projekt gestartet. Das slowakische Rechenzentrum wurde in Kooperation mit IBM entwickelt und soll ab Juni 2011 Privat- und Geschäftskunden die neuesten Technologien im Bereich grüne Rechenzentren zur Verfügung stellen.

ISO 14001

Dachzertifikat nach ISO 14001 für 15 Telekom Gesellschaften

Innovative ICT-Lösungen mit SEE ICT (Solutions for Energy Efficient ICT). Um ihrer Vorreiterrolle auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“ gerecht zu werden, arbeitet die Telekom in ihrem Projekt SEE ICT an energieeffizienten ICT-Lösungen der Zukunft. Ziel des Projekts ist es, Wege aufzuzeigen, wie der Energiebedarf trotz eines kontinuierlichen Wachstums der Produktionsvolumina gesenkt werden kann. Konkret wurden hierfür Verbrauchswerte erfasst und analysiert, deren Ergebnisse wir in Modellen abstrahierten. Auf Basis der Absatz- und Mengenplanungen bis 2017 konnten wir auf diese Weise zukünftige Entwicklungswege aufzeigen und Reduktionspotenziale klar identifizieren.

Task Force „Power Off“. Zur Optimierung unserer Technikinfrastruktur gehört auch der Schritt, ältere und nur noch gering beschaltete Technik konsequent abzuschalten. Die Arbeitsgruppe „Power Off“ der Telekom setzte dazu ein umfangreiches Maßnahmenpaket zum Abbau und zur Entsorgung dieser Technik um. Hierzu gehörten der Rückbau von Anschlussbaugruppen bisheriger Technikplattformen, die durch den Umbau zu einem All-IP-Netz nicht mehr benötigt werden, sowie die Reduzierung von Technikkomponenten, die durch den rückläufigen Schmalbandverkehr nicht mehr benötigt werden, und der Abbau älterer und nur noch gering ausgelasteter Übertragungstechnik, nachdem der Verkehr auf energieeffizientere Plattformen umgeleitet wurde. Eine Einsparung von 37 Mio. € und 12 300 kW elektrischer Leistung – dies entspricht 90 000 t CO₂ – wurde bis Ende 2009 erfolgreich realisiert. Das Projekt wird in den nächsten Jahren im Rahmen des Programms Save4Service Deutschland fortgeführt. Dabei soll bis Ende 2012 Technik mit einer Anschlussleistung von 12 800 kW stromlos geschaltet werden.

@503 Weiterführende Informationen zum Thema „Umweltfreundliche Netzinfrastruktur“ im CR-Onlinebericht.

Betrieblicher Umweltschutz.

Die Telekom setzt ihr Umweltmanagementsystem nach ISO 14001 bereits seit 1998 als Führungswerkzeug ein, um die Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt zu kontrollieren und zu minimieren. Im Berichtsjahr hat der Konzern dabei signifikante Fortschritte erzielt: Die Telekom erhielt im Juni 2009 erstmals ein Dachzertifikat nach ISO 14001 für 15 ihrer Gesellschaften, darunter Slovak Telekom, Magyar Telekom und T-Mobile UK. Damit haben inzwischen konzernweit rund 40 % der Standorte ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem implementiert. Im Jahr 2010 sollen die 15 Unternehmen im Dachzertifikat gehalten sowie weitere integriert werden, darunter u. a. DeTeFleetServices, die konzern-eigene Energiefirma PASM Power and Air Condition Solution Management und

T-Mobile Czech Republic. Die einheitliche Steuerung des Umweltmanagements ermöglicht es uns, transparentere Umweltdaten zu ermitteln und so weitere Optimierungs- und Energiereduktionspotenziale aufzuzeigen.

Umweltfreundlichkeit am Arbeitsplatz. Der Energie- und Kosteneffizienz am Arbeitsplatz widmet sich die Telekom mit ihrem Projekt „E-Office“ (Efficiency Office Equipment). Ziel ist es, den Verbrauch und die Kosten von Büromaterialien durch die Berücksichtigung von ökologischen Kriterien im Einkauf und in der Auswahl um 20 bis 30 % zu reduzieren. Über das Bestellsystem „eBest“ können unsere Beschäftigten dafür aus rund 930 umweltfreundlichen Büroartikeln auswählen. Sekretariats-schulungen zum Einsatz ökologischer Büroartikel und die Einführung eines E-Learning-Tools zum Thema Umweltschutz sollen für die vielfältigen Einsparpotenziale sensibilisieren. Ein wichtiger Baustein des konzernweiten Programms „Office Standardization“ sind darüber hinaus zentrale Multifunktionsdrucker. An 19 ihrer Standorte stellte die Telekom im Berichtsjahr die mit dem „Blauen Engel“ ausgezeichneten Geräte auf. Bis zum Jahr 2011 sollen weitere 1 100 Standorte auf diese umweltschonende und kosteneffiziente Technik umgestellt werden. Durch die Nutzung effizienter Arbeitsplatzausstattung kann der Energieverbrauch der Personal Computer und Notebooks um bis zu 35 % jährlich gesenkt werden.

Als Anerkennung für ihre betrieblichen Umweltschutzaktivitäten wurde die Telekom bei dem vom Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management (B.A.U.M.) e. V. organisierten Wettbewerb „Büro und Umwelt“ als dritter Preisträger in der Kategorie „Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern“ für ihren konsequenten Weg zum papierlosen, web-basierten und damit ressourcenschonenden Büro ausgezeichnet.

Gesundheit und Mobilität zum „Tag der Umwelt“. Der internationale „Tag der Umwelt“ am 5. Juni 2009 stand konzernweit unter dem Motto „Gesundheit und Mobilität“. Unsere Aktionen konzentrierten sich dabei auf drei Standorte: In Bonn dominierte das Thema „Umweltschonende Mobilität“, während in Darmstadt die Einweihung einer Photovoltaikanlage im Mittelpunkt stand. In Regensburg wiederum präsentierte die Telekom den zahlreichen Besuchern das Projekt „Luchs erleben“.

@504 Weiterführende Informationen zum Thema „Betrieblicher Umweltschutz“ im CR-Onlinebericht.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- @505** Ressourcenmanagement
- @506** Entsorgung
- @507** Klimaschonende Mobilität
- @508** Biodiversität/Artenschutz

unter www.telekom.com/cr-bericht2010



BUSINESS
HIGHLIGHT

Das Rechenzentrum der Zukunft: DataCenter 2020.

Wie wird es aussehen, das ideale Rechenzentrum im Jahr 2020? Wie können Energie und CO₂-Emissionen eingespart werden? Um dies zu erforschen und Innovationen schneller zur Marktreife zu bringen, eröffneten T-Systems und Intel am 18. September 2009 ein Testlabor in München – das DataCenter 2020.

Mit Hilfe der neuesten Klima- und Energietechnik und rund 180 Servern werden im DataCenter 2020 die Wechselwirkungen verschiedener Elemente analysiert. Insbesondere die Klimatisierung und Kühlung wirkt sich auf die Energiebilanz in heutigen Rechenzentren aus. In einem Versuch trennten die Experten von Intel und T-Systems z. B. die Warm- und Kaltluftströmungen und hoben zusätzlich die Temperatur des Kühlmittels an. Das Resultat: eine Energieeinsparung von bis zu 19%. Die ersten Forschungsergebnisse weisen zudem darauf hin, dass der Power Usage Effectiveness-(PUE-)Wert von 1,9 auf 1,3 gesenkt werden kann – und das sogar in alten Rechenzentren. Im gemeinsamen Forschungsprojekt mit Intel kann T-Systems bereits heute zeigen: Green ICT hat das Potenzial, einen erheblichen Beitrag zu einer „Low Carbon Society“ zu leisten, und bietet den Unternehmen zugleich wirtschaftliche Vorteile.

Diese und weitere Erkenntnisse aus dem DataCenter 2020 werden in den Rechenzentren der Kooperationspartner umgesetzt und der Öffentlichkeit unter www.datacenter2020.de zur Verfügung gestellt.



Einweihung des DataCenter 2020 am 18. September 2009 in München (v.l.n.r.: Joachim Langmack, Chief Sales Officer T-Systems, Olaf Heyden, Geschäftsführer T-System und Leiter ICT-Operations, Christian Morales, Vice President Intel für Vertrieb und Marketing EMEA, Hannes Schwaderer, Geschäftsführer Intel Deutschland).

„Intel minimiert fortwährend den Einfluss unserer Produkte auf die Umwelt, und zwar in allen Phasen der Produktlebensdauer, von der Entwicklung über die Produktion bis zum Gebrauch und der Entsorgung. Mit dem Gemeinschaftsprojekt von T-Systems und Intel DataCenter 2020 erforschen wir dabei, wie Kosten und Energieressourcen in Rechenzentren eingespart werden können. Das Projekt ist damit ein wichtiger Beitrag, um den CO₂-Ausstoß von Rechenzentren zu reduzieren und deren Energieeffizienz nachhaltig zu verbessern.“

Hannes Schwaderer, Geschäftsführer Intel GmbH.

Nachhaltigen Konsum fördern.

Wir leben Verantwortung ...

... für die Gesellschaft.

... für unsere Beschäftigten.

... für unsere Lieferanten.

... für die Umwelt und das Klima.

... für unsere Kunden.

Als einer der weltweit führenden ICT-Dienstleister haben wir das Potenzial und tragen damit auch die Verantwortung, unseren Kunden nachhaltigen Konsum zu ermöglichen. Deshalb ist eine qualitativ hochwertige und an den Bedürfnissen unserer Kunden orientierte Kundenbetreuung und Kommunikation für uns mehr als nur die Voraussetzung für ein einträgliches Geschäft: Wir schaffen damit die Grundlagen für ökologisch und sozial motivierte Kaufentscheidungen. Mit der Erforschung nachhaltiger Formen der digitalen Zukunft legen wir zudem den Grundstein, um Produkte und Dienste auf den Markt zu bringen, die unsere Kunden befähigen, selbst Klima- und Umweltverantwortung zu übernehmen.

Kundenzufriedenheit.

Die breite Nachfrage nach unseren Lösungen ist für unseren Geschäftserfolg grundlegend. Je genauer wir die Erwartungen unserer Kunden kennen, verstehen und in qualitativ hochwertige sowie zuverlässige Produkte und Dienste übersetzen, desto erfolgreicher werden wir sein. Unser Ziel ist daher, zum Marktführer bei Services, Produkten und Diensten für das vernetzte Leben und Arbeiten zu werden.  Siehe Seite 5. Leider ist es uns in der Vergangenheit nicht immer ausreichend gelungen, die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen oder sogar zu übertreffen. Dies wollen wir ändern: „Kunden begeistern“ lautet deshalb eines unserer konzernweit geltenden fünf Guiding Principles.  Siehe Seite 8.

Die Zufriedenheit und die Loyalität unserer Kunden haben höchste Priorität für die Telekom. Das Verstehen ihrer Bedürfnisse und das Ziel, ihre Erwartungen an uns zu erfüllen, gehören zu den wichtigsten Orientierungspunkten bei der Begegnung mit unseren Kunden.

Konzernweit einheitliche Messmethode. Die Zufriedenheit unserer Kunden ist als Indikator für unseren Geschäftserfolg und Steuerungsinstrument Gegenstand systematischer Befragungen und Managementprozesse an allen unseren Standorten weltweit. Um hierfür konzernweit vergleichbare Daten zu erhalten, verwenden wir die standardisierte TRI*M-Methode: Im Rahmen einer sog. TRI*M-Kundenbindungsstudie ermitteln wir viermal pro Jahr die Intensität der Bindung unserer Kunden an unser Unternehmen und befragen hierbei auch Kunden unserer Wettbewerber. Dabei werden die Leistungsfähigkeit, die Weiternutzungs- und Weiterempfehlungsabsicht sowie der Vorteil im Wettbewerbsvergleich untersucht und in einer Kennzahl, dem TRI*M-Index, dargestellt. Dessen Entwicklung zeigte im Berichtszeitraum einen positiven Verlauf.

Informationsquelle Beschwerdemanagement. Der Rückgang der Anzahl eingegangener Beschwerden und Anfragen, den wir seit Anfang 2008 im Projekt „Beschwerdemanagement“ verzeichnen, bestätigt, dass die Neujustierung unseres Unternehmens auf Service und Qualität in den 2007 definierten sechs Handlungsfeldern des Konzerns, den sog. BIG 6, erfolgreich war. Seitdem wird der Beschwerdeprozess zunehmend kundenfreundlicher gestaltet. Beschwerdeursachen werden mit Hilfe eines kontinuierlichen Prozessverbesserungskreislaufs abgestellt. So konnten wir bis Ende 2008 gegenüber dem Vorjahreszeitraum einen Beschwerderückgang um 40 % verzeichnen. Bis Ende 2009 verringerte sich die Zahl der Beschwerden um weitere 23 %. Für den kundenorientierten Umgang mit Beschwerden wurden im Berichtszeitraum außerdem spezielle Schulungen durchgeführt. Allein 2009 durchliefen in Deutschland über 2 000 Mitarbeiter dieses Training.



Umsetzung der Ergebnisse. Die Ergebnisse der Befragungen sind für uns wichtige Rückmeldungen, auf deren Basis wir Ziele und Maßnahmen für alle Geschäftsbereiche des Konzerns ableiten und unsere Kundenzufriedenheits- und Loyalitätsprogramme sowie unser Beschwerdemanagement steuern. Wir nutzen die Informationen außerdem für die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter  Siehe Seite 27 f. und um daraus Maßnahmen für die Weiterentwicklung von Produkten und Prozessabläufen abzuleiten.  Siehe Seite 45 f.

Serviceoptimierung auf dem deutschen Markt. Vor allem in Deutschland haben wir im Berichtszeitraum daran gearbeitet, die Zufriedenheit unserer Kunden gezielt weiter zu steigern. Einen Meilenstein setzten die Telekom Shop Vertriebsgesellschaft und die Deutsche Telekom Technischer Service GmbH (DTTS) mit ihrer bereichsübergreifenden Zusammenarbeit bei dem Projekt „Service Counter“. Dieser zusätzliche Schalter im Verkaufsraum wurde im November 2009 in einigen Telekom Shops eingeführt, um den Kunden direkt vor Ort schnelle und kompetente Hilfe anzubieten.

Kundenbindungsaktivitäten bei Slovak Telekom. Die Optimierung der Kundenzufriedenheit ist auch ein wichtiges Arbeitsfeld bei der slowakischen Landesgesellschaft. Seit langem erzielt Slovak Telekom deutlich höhere TRI*M-Werte als der Durchschnitt der europäischen Festnetz- und Internetanbieter. Auf Basis dieser Ergebnisse wurde im April 2009 ein Aktionsplan zur Erhaltung oder sogar Verbesserung der ohnehin hohen Kundenzufriedenheit erstellt. Angesichts steigender Kundenansprüche sind diese Maßnahmen für Slovak Telekom von hoher Bedeutung. Außerdem wurde ein breites Spektrum an Kundenrückmeldungen, wie u. a. Ansprüche, Beschwerden und Blogbeiträge, systematisch analysiert.

T-Mobile Kunden: die zufriedensten in den USA. Kundenorientierung ist auch in weiteren Auslandsgesellschaften ein wichtiges Differenzierungsmerkmal: Unsere Erfolge auf diesem Gebiet bestätigten die Juroren des „Wireless Customer Care“ von J.D. Power and Associates der US-Landesgesellschaft im August 2009: Bereits zum neunten Mal in Folge vergaben sie unter den seit 2004 durchgeführten zehn Rankings den ersten Platz im Kundenservice an T-Mobile USA. Gewürdigt wurden u. a. die kürzesten Wartezeiten, das beste System zur stimmgeführten Anrufannahme und

Weitervermittlung sowie die hohe Kompetenz der Kundendienstmitarbeiter in der Lösung der Kundenanliegen. Der Erfolg des T-Mobile USA Teams gilt innerhalb des Telekom Konzerns regelmäßig als Vergleichsmaßstab für exzellenten Service.

 **601** Weiterführende Informationen zum Thema „Kundenzufriedenheit“ im CR-Onlinebericht.

Zum 9. Mal...

... in Folge wurde T-Mobile USA von J.D. Power, dem renommierten amerikanischen Marktforschungsinstitut, als Mobilfunkanbieter mit dem besten Kundenservice ausgezeichnet.

Nachhaltiger Konsum und Kundenkommunikation.

Immer mehr Verbraucher entdecken den nachhaltigen Konsum als Möglichkeit, persönlich Einfluss auf die Gestaltung einer ressourcenschonend wirtschaftenden Gesellschaft zu nehmen. Sie achten zunehmend auf sozial- und umweltverträgliche Herstellungsbedingungen und berücksichtigen diese bei ihrer Kaufentscheidung. Allein in Deutschland gehören nach Einschätzung von Marktforschungsinstituten zwischen 12 und 30% der Bevölkerung zu den Anhängern eines Lebensstils, der Nachhaltigkeit als wesentliches Qualitätsmerkmal von Produkten und Diensten versteht. Die Telekom begrüßt diese Entwicklung.

„Große Veränderungen fangen klein an“. Seit dem 5. September 2009 setzen wir deshalb mit einer bundesweiten, langfristig angelegten Kommunikationsoffensive Impulse für ein nachhaltiges Verbraucherverhalten. Unser Ziel: den Mehrwert Nachhaltigkeit für jeden Einzelnen erlebbar machen. Wir möchten Verbrauchern konkrete Anregungen vermitteln, wie sie ohne großen Aufwand kleine und in der Summe letztlich doch bedeutende Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten können. Zugleich wollen wir den Menschen damit – über unsere konkreten Produkte und Dienste hinaus – zusätzliche Anreize bieten, eine Kundenbeziehung zur Telekom aufzunehmen oder diese zu vertiefen. Insgesamt 16 Themen sollen im Rahmen der Nachhaltigkeitsoffensive beleuchtet werden. Im Fokus der ersten Staffel stehen die Themen „Handyrückgabe“, „RechnungOnline“, „Kinderschutzsoftware“ sowie die „Download-Portale“. Mit deutschlandweiten Zeitungsanzeigen, einem Fernseh- und seit Februar 2010 auch einem Kinospot erläutern wir die jeweiligen Beiträge, die diese Produkte und Dienste für eine nachhaltige Entwicklung leisten können.

 Die Internetseite www.millionen-fangen-an.de bietet eine Themenübersicht unserer Kampagne sowie zahlreiche Hintergrundinformationen und Mitmachmöglichkeiten.

Interaktive Plattformen für den Dialog mit kritischen Konsumenten.

Gemäß dem Dialogansatz der Telekom ( siehe Seite 11 ff.) suchen wir auch zum Thema „Nachhaltiger Konsum“ den offenen Austausch mit sensibilisierten Stakeholdern. Dabei gehen wir bewusst den Weg über das Internet. Dieses spielt als „Web 2.0“ bei der Vernetzung und Mobilisierung sozialer Bewegungen eine entscheidende Rolle. So können sich kritische Konsumenten über das Netzwerk der sozialen Medien in Echtzeit und auf breiter Basis über Produkte wie Hersteller austauschen und besonders nachhaltige empfehlen. Um uns diesen Stakeholdern als Gesprächspartner aktiv zuzuwenden und sie bei ihrer Informationssuche zu unterstützen, kooperieren wir seit Oktober 2009 u. a. mit Utopia, einer der bundesweit größten Internetplattformen für strategischen Konsum. Dort präsentieren wir ein eigenes Unternehmensprofil mit zahlreichen Diskussionsangeboten wie z. B. ein frei zugängliches Blog zum Thema Nachhaltigkeit bei der Telekom.  www.utopia.de.

Stärkung der Verbraucherverantwortung. Magyar Telekom geht in Ungarn einen ähnlichen Weg wie die Telekom in Deutschland: Im Fokus steht auch hier eine Verbesserung der Kommunikationsangebote über das Internet. Dabei setzt Magyar Telekom auf umfassende Informationen zu nachhaltigen Produktmerkmalen von ICT-Produkten. Mit einem im Jahr 2009 bereits zum zweiten Mal veranstalteten Nachhaltigkeitstag und Programmen zum Klimawandel nutzt Magyar Telekom darüber hinaus weitere Kanäle zur Bewusstseinsbildung bei ihren Kunden.  Siehe Seite 12.

 **602** Weiterführende Informationen zum Thema „Nachhaltiger Konsum und Kundenkommunikation“ im CR-Onlinebericht.

Verbesserung der Verbraucherinformationen zu Mobilfunk und Gesundheit.

Auch in der gesellschaftlichen Diskussion um Mobilfunk und Gesundheit stellt der offene und konstruktive Dialog ein zentrales Element unserer Verbraucherkommunikation dar. Nur durch ihn können wir das Vertrauen unserer Kunden in die Nachhaltigkeit und Sicherheit unserer Produkte gewinnen. Im Berichtszeitraum haben wir in den Landesgesellschaften in vielfältigen nationalen Initiativen daran gearbeitet, die Verbraucherinformationen zu diesen Themen weiter zu verbessern.  **603** Weiterführende Informationen zum Thema „Mobilfunk und Gesundheit“ im CR-Onlinebericht.

Forschung und Innovation.

Nachhaltige Kaufentscheidungen können nur so gut sein, wie die am Markt verfügbaren Produkte und Dienste. Die Telekom arbeitet daher aktiv an zukunftsweisenden Lösungen, die den Menschen einen neuen nachhaltigeren Lebensstil ermöglichen. Unsere Forschungs- und Entwicklungstätigkeit ist jedoch nicht nur eine Vorbedingung für unseren zukünftigen wirtschaftlichen Erfolg. Sie leistet zugleich einen wichtigen Beitrag zur Rolle der Regionen, in denen wir aktiv sind, als international führende Forschungs- und Entwicklungsstandorte. Diese wiederum stellen uns wichtige personelle und informatorische Ressourcen zur Verfügung. Unsere Innovationsfähigkeit und die gesellschaftliche Entwicklung stehen damit in einem klassischen Win-win-Verhältnis.

Innovationswerkstatt T-Labs. Hauptakteur unserer Forschungs- und Entwicklungstätigkeit ist unser zentrales Forschungs- und Entwicklungsinstitut, die „Deutsche Telekom Laboratories“, kurz: „T-Labs“. In Berlin, Darmstadt, Israel und den USA arbeiteten 2009 dort mehr als 300 Forscher an innovativen Lösungen für eine einfachere, schnellere, sicherere, aber auch nachhaltigere Kommunikation. Dabei kooperieren sie eng mit internationalen Forschungseinrichtungen und der Industrie. Als sog. An-Institut sind die T-Labs eine organisatorisch wie rechtlich eigenständige Forschungseinrichtung der Technischen Universität Berlin. Neben ihrer eigentlichen Forschungstätigkeit ist es ein zentrales Ziel der T-Labs, ihre Ergebnisse in den Konzern hineinzutragen. Auf diese Weise sorgen sie als Teil des Bereichs Products & Innovation der Telekom, der für Produktentwicklungen und -innovationen verantwortlich ist, gemeinsam mit weiteren Abteilungen für immer neue kundenorientierte Produkte und Dienste.

Kreative Ansätze für das Leben und Arbeiten von morgen. Neue Ideen erfordern ungewöhnliche Herangehensweisen – wie das Innovationscamp des Ideenhauses „Palomar5“, an dem sich die Telekom als Hauptsponsor beteiligt. Dort kamen 2009 insgesamt 28 junge, kreative Menschen aus 13 Ländern und unterschiedlichen Berufsgruppen zusammen, um interdisziplinäre Lösungen für die Arbeitswelt von morgen zu entwickeln. In einer sechswöchigen intensiven Zusammenarbeit brachten sie insgesamt 15 Innovationen hervor – von Online-Tools über Produktprototypen bis hin zu langfristigen Visionen.

Kundennähe als Innovationsphilosophie. Um zielgerichtete Lösungen für das Leben und Arbeiten unserer Kunden entwickeln zu können, müssen wir deren Bedürfnisse und Erwartungen kennen. Das gesamte Innovationshandeln der Telekom folgt daher der Philosophie der „User Driven Innovation“, bei der alltägliche Bedürfnisse und Anforderungen im privaten wie im beruflichen Umfeld identifiziert und in neuen Konzepten und Diensten berücksichtigt werden. Unsere Leitlinie dabei lautet: Der Mensch steht im Mittelpunkt aller Projektüberlegungen. Zudem werden die Bedienbarkeit unserer Produkte und das Nutzungserlebnis regelmäßig mit dem User Experience Tracking untersucht. Die Ergebnisse der Studie fließen in die Produktverbesserung ein.

Nachhaltigkeit als marktorientierter Forschungsschwerpunkt. Seit 2008 richten wir unsere Forschungsaktivitäten systematisch an ökologischen und sozialen Nachhaltigkeitskriterien aus. Dies geschieht in Übereinstimmung mit unserem Verständnis von CR und vor dem Hintergrund aktueller Marktumfragen, die ein zunehmendes Interesse der Kunden an nachhaltigen Produkten und Lösungen signalisieren.

604 Weiterführende Informationen zum Thema „Forschung und Innovation“ im CR-Onlinebericht.

Klimafreundliche Produkte und Dienste.

Erst, wenn es uns gelingt, die Ergebnisse unserer Forschungs- und Entwicklungstätigkeiten zum Umwelt- und Klimaschutz in konkrete Produktlösungen zu überführen, die von unseren Kunden auf breiter Basis angenommen werden, können wir deren Potenziale realisieren. Die Telekom verfügt bereits seit Jahren über ein umfassendes Portfolio an Produkten und Diensten, die unsere Millionen Kunden effektiv dabei unterstützen können, selbst Verantwortung für Nachhaltigkeit zu übernehmen. Insbesondere durch die Entwicklung innovativer ICT-Lösungen, die in erheblichem Umfang zur Einsparung von Energie und CO₂-Emissionen beitragen können, aber auch durch die Entwicklung energieeffizienter Endgeräte nimmt die Telekom im Bereich der ökologischen Produktverantwortung eine Führungsrolle ein.

CR im Design implementiert. Im November 2009 haben wir erstmals verbindliche Designprinzipien für ökologische, aber auch soziale Produktkriterien entwickelt. Diese finden für den gesamten Entwicklungsprozess Anwendung und orientieren sich an unserem Grundsatz „Handle verantwortungsvoll. Denke global.“ Im Jahr 2009 haben wir die Zusammenarbeit

der Konzernbereiche CR und Products & Innovation intensiviert, mit dem Ziel, gemeinsame, klar definierte und messbare Kriterien für nachhaltige Produkte bei der Telekom zu definieren.

Grüne Technik in Festnetz und Mobilfunk. Im Bereich der Festnetz- und Mobilfunktechnologie haben wir schon vor Jahren damit begonnen, die ökologischen Merkmale unserer Produkte zu verbessern und dabei bereits erste Meilensteine erreicht.

Meilensteine:

- Energiesparende Schaltnetzteile gehören seit 2008 zur Serienausstattung unserer Festnetztelefone in Deutschland.
- Unsere Maßnahmen zur Strahlungsreduzierung bei Schnurlostelefonen haben wir mit dem ECO Mode inzwischen zum Standard gemacht.
- Bei den neuen Schnurlostelefonen der Sinus-Serie sowie bei dem im November 2009 eingeführten Familientelefon Easy CA22 wird bei aktiviertem ECO Mode der Sender der Basis grundsätzlich abgeschaltet, wenn keine Verbindung besteht.

Seit Sommer 2009 bietet die Mobilfunktochter T-Mobile Netherlands das Samsung S3030 Eco im Prepaid-Paket auf dem niederländischen Markt an. Bei der Herstellung dieses Handys wird auf PVC und andere umweltschädliche Stoffe verzichtet, stattdessen kommt sog. Bioplastik zum Einsatz. Mit dem Samsung Blue Earth, einem Smart-Phone aus recycelten Wasserflaschen, bietet T-Mobile Netherlands seit Januar 2010 noch ein weiteres ökologisch optimiertes Telefon an – diesmal mit Vertragsbindung und weiteren ökologischen Merkmalen wie z. B. Solarzellen für eine längere Akkulaufzeit.

CO₂-Fußabdruck am Beispiel von Telekom Produkten. Die Kenntnis der eigenen CO₂-Emissionen entlang der gesamten Wertschöpfungskette ist eine wesentliche Voraussetzung für belastbare Klima- und Nachhaltigkeitsziele. Die mit der Herstellung, Nutzung und Entsorgung von Waren und Dienstleistungen einhergehenden Treibhausgasemissionen werden darum in sog. Product Carbon Footprints oder CO₂-Fußabdrücken dargestellt. Diese sind wirksame betriebswirtschaftliche Steuerungsinstrumente, die u. a. auch der Kundenkommunikation dienen.

Klimaneutral.

Seit dem 1. September 2009 bietet die Telekom als erster Anbieter Telefon- und Webkonferenzen klimaneutral an. Die Kompensation der CO₂-Emissionen wurde durch First Climate, eines der führenden Klimaschutzberatungsunternehmen, zertifiziert.

Unter der Trägerschaft des WWF, des Öko-Instituts, des Potsdam-Instituts für Klimafolgenforschung sowie der Initiative THEMA1 starteten zehn Unternehmen, darunter auch die Telekom, Anfang 2008 ein Pilotprojekt, in dem sie für 15 ausgewählte Produkte CO₂-Fußabdrücke ermittelten. Ziel war es, erste Schritte zur methodischen Standardisierung zu leisten, die in Zukunft eine einheitliche Produktkennzeichnung möglich machen soll. Neben der Förderung des Projekts beteiligte sich die Telekom im Jahr 2009 auch mit der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks eines Call&Surf-Anschlusses und der dazugehörigen Router-Hardware daran.

Green durch ICT. Welchen Beitrag der ICT-Sektor zum weltweiten Klimaschutz leisten kann, zeigt sich in besonderem Maß beim Einsatz digitaler Technologien. Wie die Ende 2009 veröffentlichte Studie „SMART 2020 Addendum Deutschland“ belegt, können bis zum Jahr 2020 bis zu 25 % der jährlichen Treibhausgasemissionen Deutschlands durch einen gezielten Einsatz von ICT-Lösungen eingespart werden.  Siehe Seite 7 sowie  Seite 37. Als einer der führenden ICT-Dienstleister macht sich die Telekom dieses Potenzial zunutze und entwickelt innovative ICT-Lösungen, die es ihren Kunden ermöglichen, Energie einzusparen, Hardware durch Software zu ersetzen, Verkehr zu vermeiden oder ihren Papierverbrauch zu reduzieren.

Erste klimaneutrale Smart-Metering-Plattform in Deutschland. Energieeinsparungen im Haushalt sind ein wichtiges Instrument für einen wirksamen Klimaschutz. Internetbasierte Strom- und Gaszähler, sog. Smart Meter, bieten den Energiekunden die hierfür nötige Transparenz über ihren eigenen Energieverbrauch. Seit dem 1. Januar 2010 sind sie für Neubauten in Deutschland vorgeschrieben. Mit ihrer Hilfe können die Verbraucher Stromfresser identifizieren sowie in Zeiten mit geringer Last und ggf. tariflich begünstigt größere Mengen abnehmen. Die Energieversorger können unterdessen zeitnah auf die Verbrauchsdaten zugreifen, ihre Energiebereitstellung flexibel steuern bzw. Überkapazitäten und erhebliche

Treibhausgasemissionen vermeiden. Die Vernetzung der Smart Meter ist jedoch eine anspruchsvolle Aufgabe, für die die Versorger leistungsfähige ICT-Plattformen brauchen. Die Telekom präsentierte im November 2009 die erste deutschlandweit funktionierende und massenmarktfähige Lösung, die darüber hinaus klimaneutral gestellt wurde.

Ressourcenschonender Download. Nach Berechnungen des Environmental Change Institute werden entlang der gesamten Herstellung- und Transportkette einer CD knapp 1 000 g CO₂ ausgestoßen. Ein durchschnittlicher Musik-Download verursacht dagegen nur rund 150 g CO₂. Mit unserem Dienst Musicload können Kunden ihren CO₂-Fußabdruck für den Musikkonsum daher um bis zu 80 % verringern. 2009 haben ca. 3,8 Millionen Kunden bei Musicload aus über 6 Millionen Musiktiteln, 20 000 Hörbüchern und 16 000 Musikvideos auswählen können.

Digitale Konferenzen. Unseren Geschäftskunden bieten wir mit Telefon-, Web- und Videokonferenz-Technologie bereits seit Jahren einfache Lösungen an, um neben Zeit und Geld vor allem CO₂-Emissionen zu sparen. Laut der „Smart 2020“-Studie der Global e-Sustainability Initiative könnten pro Jahr Einsparungen von 80 Millionen t CO₂ erzielt werden, wenn weltweit 30 % aller Geschäftsreisen durch Videokonferenzen ersetzt würden. Ein ähnlich großes Klimaschutzpotenzial geht von Webkonferenzen aus.

Mit deren Hilfe lassen sich über ein einfaches Webportal der Telekom Meetings, Schulungen oder Kundeninformationen bequem und effizient online durchführen. Dabei können die gezeigten Inhalte nicht nur diskutiert, sondern zugleich auch interaktiv bearbeitet werden. Im Dezember 2009 haben wir für Telefon- und Webkonferenzen in Deutschland ein neues Preismodell als Nutzungsanreiz kreiert: Bei diesem „Pay-per-Seat“-Tarif werden – unabhängig von der Dauer der Konferenz – neben den Telefonkosten lediglich 99 Cent pro Teilnehmer für den Datenservice fällig. Eine Vertragsbindung besteht nicht.


 BUSINESS
HIGHLIGHT

 „Bisher einzigartiger
Ansatz.“

OTE bietet ihren Kunden seit dem Jahr 2000 Videokonferenzen an und hilft ihnen so bei der Dekarbonisierung ihrer Geschäftsprozesse. Magyar Telekom hat mit TelePresence seit 2009 eine High-End-Videokonferenzlösung in ihrem Angebot, bei der mit verzögerungsfreier Bild- und Tonübertragung bis zu zwölf Teilnehmer in einem virtuellen Meeting miteinander konferieren können. In Deutschland ist TelePresence über T-Systems bereits seit Dezember 2007 erhältlich.

Papierlose Rechnungsstellung. 2009 verzichteten mehr als 13 Millionen Festnetz- und Mobilfunkkunden in Deutschland auf die Zusendung einer Papierrechnung per Post. Inzwischen liegt der Anteil der elektronisch übermittelten Rechnungen bei rund 40%. Mehr als 2 000 t Papier konnten auf diesem Wege eingespart werden. Bei RechnungOnline genossen die Kunden unterdessen allen Komfort einer zum Vorsteuerabzug geeigneten digital signierten Rechnung. Diese wird dem Kunden automatisch per E-Mail angekündigt und verbleibt 18 Monate für ihn im Rechnungsarchiv jederzeit abrufbar.

Auch viele der internationalen Landesgesellschaften bieten inzwischen Rechnungen in elektronischer Form an. Hierzu gehören Magyar Telekom, T-Mobile Czech Republic, OTE, T-Mobile Slovensko, Slovak Telekom, T-Mobile Austria, T-Mobile USA, T-Hrvatski Telekom und T-Mobile Netherlands. In den Niederlanden erhielten 2009 bereits 85% unserer Privatkunden die digitale Rechnung.

📞 605 Weiterführende Informationen zum Thema „Klimafreundliche Produkte und Dienste“ im CR-Onlinebericht.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- 📞 606 Nachhaltige Verpackung
 - 📞 607 Nachhaltige Vertriebslogistik
 - 📞 608 Verbraucher- und Jugendschutz
- unter www.telekom.com/cr-bericht2010



Prof. Dr. Gerd Michelsen,
Leiter des Instituts für
Umwelt- und Nachhaltig-
keitskommunikation an
der Leuphana Universität
Lüneburg, zu der im
Herbst 2009 gestarteten
Nachhaltigkeitsoffensive
der Telekom:

„Die Telekom fördert mit ihrer Kampagne bei ihren Kunden ein an Nachhaltigkeit orientiertes Konsumverhalten. Dieser bisher einzigartige Ansatz zeigt die große Verantwortung, die die Telekom in einer zukunftsfähigen Gesellschaft wahrzunehmen bereit ist. Sie stärkt dadurch die generell in der Bevölkerung vorhandene Bereitschaft, durch nachhaltigen Konsum einen Beitrag zu einer ressourcenschonend wirtschaftenden Gesellschaft zu leisten. Durch konkrete Angebote wie RechnungOnline zeigt die Telekom ihren Kunden, dass nachhaltiges Verhalten ohne großen Aufwand möglich ist. Durch die Kampagne lernen die Menschen, auch in anderen Bereichen nachhaltig zu handeln.“

CR-Programm 2010.

Ziele, Maßnahmen, Prozesse und Ergebnisse. Mit ihrem neuen CR-Programm definiert die Telekom verbindliche Zielvorgaben, die sie in ihrem Kerngeschäft in allen relevanten Prozessen konzernweit umsetzt. Das CR-Programm 2010 knüpft an das Programm des Vorjahres an. Es ist in unsere drei strategischen CR-Handlungsfelder und weitere CR-Leistungsbereiche unterteilt. Für alle acht Handlungsfelder bzw. Leistungsbereiche nennt das CR-Programm Ziele und Maßnahmen. Es definiert einen Zeitrahmen, innerhalb dessen die Maßnahmen durchzuführen sind, und gibt Auskunft über den Stand ihrer Umsetzung. Aufgrund neuer Entwicklungen im Konzern wurden 2009 einzelne Ziele inhaltlich überarbeitet und neu formuliert. Ziele, die 2008 erreicht wurden, werden in diesem CR-Programm nicht mehr dargestellt. Neue Ziele sind durch eine graue Markierung hervorgehoben. Ergänzend weist das CR-Programm auf Messgrößen hin, sog. Key Performance Indikatoren (KPIs), mit denen wir die Leistung in jedem der Bereiche quantitativ ausweisen wollen. Im Gegensatz zur Ankündigung im letzten Bericht werden diese erst nach Redaktionsschluss des vorliegenden Berichts endgültig verabschiedet. Das CR-Programm ist Gegenstand der betriebswirtschaftlichen Prüfung einer externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft gewesen.

	Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
	Ziel: International führend sein in CR. (KPI: Socially Responsible Investment, SRI ¹)		
Strategie und Management	Implementierung einer CR-Governance-Struktur (CR-Board, Working und Steering Groups)	2011	Umsetzung läuft. - Arbeitsaufnahme CR-Board (Ziel erreicht) - Konstituierende Sitzung Climate Change Group - Arbeitsbeginn Kernteam Deutschland
	Konzernweiter Roll-out der CR-Strategie	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Konzernweite CR-Vision entwickelt (Q1 2010) - CR-Strategie-Roadshows (neun in 2009, weitere zehn bis Ende 2010) - Vorstand unterzeichnet „Changemaker-Manifest“ (Q2 2010)
	Implementierung eines konzernweiten Performance-Managements auf Basis von KPIs (Key-Performance Indikatoren)	2011	Umsetzung läuft. - KPIs werden 2010 abschließend definiert - Erhebung KPIs im Gesamtkonzern inkl. Controlling-Prozess; unterstützt durch CR-Datenbank (ab Q2 2010) - Fortgesetzte Gespräche mit zentralen Konzerneinheiten (2009, 2010)
	Etablierung des internationalen CR-Manager-Netzwerks	2008 – 2010	Ziel 2009 erreicht. - Jährlich zwei internationale CR-Manager-Meetings (2009, 2010)
	Ausbau und Weiterentwicklung von Stakeholderdialogen	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Start deutsches CR-Intranetportal - Start Intranet für internationales CR-Manager-Netzwerk - Start Dialogformat „Externer Stakeholder-Workshop zur CR-Berichterstattung“ - Entwicklung Stakeholderkommunikationskonzept
	Intensivierung von Kundendialogen zum Thema Nachhaltigkeit	2012	Umsetzung läuft. - Fortsetzung Nachhaltigkeitsoffensive - Telekom-Blog, Unternehmensprofil sowie Live-Chat mit René Obermann (April 2010) auf www.utopia.de
Durchführung von Gap-Analysen auf Basis von SRI-Ratingbewertungen und Studien	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Start Gap-Analysen - Studie „Integrative Organisationsstruktur bei der Deutschen Telekom AG – Einbezug von CR-Gesichtspunkten in die Aufbau- und Ablauforganisationsstruktur“	
	Ziel: Treibende Kraft sein für ein nachhaltiges Leben und Arbeiten. (KPI: Anzahl Mitarbeiter mit mobiler PC-Ausstattung ²)		
Connected Life and Work	Entwicklung von Leuchtturmprojekten für nachhaltiges Leben und Arbeiten	2009 – 2011	Ziel erreicht. - Entwicklung des Projekts work-life@telekom
	Implementierung des Programms work-life@telekom als Leuchtturmprojekt, um führend auf dem Gebiet Work-Life sowie innovativer Arbeitgeber zu werden	Fortlaufend	Umsetzung läuft. - Verbesserte Information über work-life@telekom im Intranet - Verschiedene Work-Life-Angebote - Eltern- und Senioren-Beratung mit Arbeiterwohlfahrt - Eröffnung neuer Betriebs-Kita in Bonn, München folgt 2010 - Bundesweit einheitliches, transparentes Vergabeverfahren für Kinderbetreuungsplätze - Ausbau betrieblich geförderter Betreuungsplätze auf mindestens 370 (Ende 2010) - Einrichtung zusätzlicher 200 Plätze veranlasst - Start „Junge Mütter“-Programm

	Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Connected Life and Work	Aufbau eines Corporate-Volunteering-Programms	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Start in Deutschland (2010); Angebot deutlich ausgebaut - „Deutsche Knochenmarkspenderdatei-Aktionstag“ als eine der ersten Maßnahmen; 4 000ste Mitarbeiter-typisierung (2010)
	Auf- und Ausbau der berufsbegleitenden wissenschaftlichen Weiterbildung („Bologna@Telekom“)	Fortlaufend	Umsetzung läuft. - Start der Initiative „Bologna@Telekom“ in Deutschland zur Bündelung aller Aktivitäten im Bereich des dualen und berufsbegleitenden Studiums - Kooperation mit fünf Hochschulen zur Ausweitung auf 20 berufsbegleitende Bachelor- und Master-Studiengänge
	Ziel: Beispielhaft sein in der Integration von Menschen in die Informations- und Wissensgesellschaft/Chancengleichheit. (KPI: CR-Leadershipindikator (Gesellschaftliches Engagement ³))		
Connect the Unconnected	Fortsetzung des Aufbaus von Junior-Ingenieur-Akademien mit einem Mädchenanteil von mindestens 50 %	2008 – 2011	Umsetzung läuft. - Erhöhung der Zahl der Schulen in Deutschland mit Junior-Ingenieur-Akademie auf insgesamt 15 (Ende 2009)
	Entwicklung von Leuchtturmprojekten zur Integration von Menschen in die Informations- und Wissensgesellschaft in nahezu allen Märkten	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Implementierung von „Ich kann was!“ in Deutschland: mit über 500 000 € 66 Projekte und Einrichtungen gefördert; offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ (Anfang 2010) - Angebot von Internet-Crash-Kursen für ältere Menschen in 15 ungarischen Ortschaften im Rahmen von „Digital Bridge Program on Small Settlements“ durch 40 Mitarbeiter von Magyar Telekom
	Aufbau von „Teachtoday“, einer Internetplattform für Lehrer	Drittes Quartal 2009	Ziel erreicht. - Partnerschaft mit Telekom - Launch der deutschen Internetseite
	Ausbau des fremdsprachigen Kundenbetreuungsangebots in allen Konzerneinheiten	Fortlaufend	Umsetzung läuft. - Mehrsprachige Hotlines und Informationsmaterialien - Einsatz Englisch, Russisch oder Türkisch sprechender Mitarbeiter in Deutschland und Spanisch sprechender Mitarbeiter bei T-Mobile USA
	Reduzierung der Zugangsbarrieren für Menschen mit Einschränkungen	Fortlaufend	Umsetzung läuft. - Einsatz von in Gebärdensprache geschulten Mitarbeitern bei T-Mobile Slovensko - Entwicklung Produktportfolio für Menschen mit Einschränkungen
	Stärkung des Jugendschutzes, bessere Verzahnung der Programme sowie Intensivierung des internationalen Austauschs über konkrete Projekte innerhalb des Konzerns	2010	Umsetzung läuft. - Erstes CR-Manager-Meeting zu Jugendschutzfragen - Aufbau von Strukturen für regelmäßigen Austausch - Entwicklung konzernweiter Jugendschutz-Guidelines
	Ziel: Führend sein auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“ und eine signifikante Reduktion des Carbon Footprints herbeiführen. (KPI: CO ₂ -Emissionen total (in t und %) (Basis 1995))		
Low Carbon Society	Implementierung von mindestens zwei Projekten im Einklang mit der „SMART 2020“-Studie der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) für den Telekom Konzern	2009	Ziel erreicht. - Analyse des Geschäftspotenzials im Projekt „SMART 2020 Addendum Deutschland“ sowie Broschüre „Klima schützen, Kosten senken: Nachhaltige Lösungen der IKT“ (beides 2010 abgeschlossen) - Projektteilnahme SEE ICT (Solutions for Energy Efficient ICT) zur Entwicklung energieeffizienter ICT-Lösungen
	Entwicklung einer konzernweiten Climate Change-Strategie und Überarbeitung des konkreten Reduktionsziels von CO ₂ -Emissionen	2009 – 2010	Umsetzung läuft. - Überarbeitung CO ₂ -Reduktionsziel durch Climate Change Group; Anpassung Zieljahr und Berechnungsgrundlage
	Durchführung eines Carbon Footprint-Projekts (CFP) für eine konzernweit einheitliche Methodik	2009 – 2011	Projekt wurde 2009 durchgeführt. Folgemaßnahmen sind in der Umsetzung. - Projekt „Company Carbon Accounting – Aufnahme der CO ₂ -Vermeidungspotenziale“ für gesamte Wertschöpfungskette - Überprüfung der CFP-Ergebnisse durch Climate Change Group
	Implementierung eines konzernweiten Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001	2008 – 2011	Umsetzung läuft. - Dachzertifikat nach ISO 14001 für 15 Gesellschaften der Telekom - Ziel: Position halten und bis 2011 sämtliche relevanten Konzerngesellschaften integrieren
	Förderung einer nachhaltigen Mobilität	2010 – 2011	Umsetzung läuft. - Verabschiedung Green Car Policy (Ziel erreicht); Inkraftsetzung für alle deutschen Konzerngesellschaften am 1. April 2010; Schritte zur Reduktion des durchschnittlichen CO ₂ -Ausstoßes neu eingesteuerter Fahrzeuge auf 110 g CO ₂ /km bis 2015 - Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn seit 15. Februar 2010 klimaneutral - Ausweitung des Job-Ticket-Angebots

	Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Ziel: Kosten- und CO₂-Reduktion durch Steuerung der Energieeffizienz bei Infrastruktur, Anlagen und Lieferprozess. (KPI: Energieverbrauch/Umsatz)			
Netzwerkinfrastruktur	Weitere Stromverbrauchsreduzierung im Mobilfunknetz	2008 – 2010	Umsetzung läuft. - Signifikante Energieeinsparungen durch Ausstattung von mehr als 8 000 Standorten mit energieeffizienter UMTS-Technik (2009 – 2010)
	Verbesserung der CO ₂ -Bilanz bei Geschäftsreisen durch Prüfung der Möglichkeit, Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings zu ersetzen	2008	Ziel 2009 erreicht.
	Verbesserung des Klimamanagements in Gebäuden und Rechenzentren durch die Power and Air Condition Solution Management GmbH & Co. KG (PASM) ⁴	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Climate Change Group bestimmt konkrete neue Reduktionsziele für Immobiliensektor - 7 000 Installationen für Air-Conditioning mit neuer Steuerungssoftware mit Einsparpotenzial von 50 GWh pro Jahr (2009 bis 2011)
	Task Force „Power Off“	Ende 2012	Umsetzung läuft. - Einsparung von 37 Mio. € und 12 300 kW elektrischer Leistung, entsprechend 90 000 t CO ₂ (2009) - Fortführung im Rahmen des Programms Save4Service Deutschland; Stromlosschaltung von Technik mit 12 800 kW bis Ende 2012
	Ziel: Sicherstellung der Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette zur Reduktion von CR-Risiken und möglichen Imageschäden. (KPI: Relation des überprüften Einkaufsvolumens zum Gesamteinkaufsvolumen)		
Nachhaltiges Beschaffungs- und E-Waste-Management	Entwicklung einer konzernweiten E-Waste-Strategie	2008 – 2011	Umsetzung läuft. - Start des Takeback-Programms (Life-Cycle-Managements) - Erprobung eines zertifizierbaren Rücknahmeprozesses mit gesicherter Datenlöschung nahezu abgeschlossen (Frühjahr 2010) - Zielvereinbarung für 1 Mio. zurückzunehmender Mobilfunkgeräte bis Ende 2011 in Deutschland
	Training der Einkäufer zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen durch ein Online-Trainings-Tool	2009 – 2011 (international)	Umsetzung läuft. - Jährliches Review des Trainingsprogramms erfolgt laufend - Teilnahme von ca. 580 Einkäufern (bis Q1 2010)
	Steigerung des Anteils des mit Hilfe von E-TASC und anderen Risiko-Evaluierungsinstrumenten überprüften Einkaufsvolumens in Euro auf 70 %	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Steigerung des überprüften Einkaufsvolumens durch E-TASC von 20 % (2008) auf 36 %; Verlängerung bis 2011
	Weiterentwicklung von Lieferanten durch Abgleich und Sensibilisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen der Telekom in mindestens vier Dialogrunden oder Workshops jährlich	2009 – 2011	Umsetzung läuft. 2009 wurden drei Dialogrunden durchgeführt: - „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ - Workshop mit Verpackungslieferanten (Niederlande) - Diskussionen beim „CSR Market“ (T-Mobile Netherlands)
	Erhöhung der Anzahl der durchgeführten Lieferantenaudits (Risk Verifications)	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Durchführung von mindestens 50 Audits in 2010 (intern und extern)
	Internationalisierung des Sustainable Supply Chain Managements	2010 – 2011	Umsetzung läuft. - Mitarbeit von T-Mobile Netherlands, T-Mobile UK und T-Mobile USA in der „Sustainable Procurement Working Group“ (SWPG); Einbindung des Einkaufs- und Technologiebüros in China; Einbindung weiterer Auslandsgesellschaften in Vorbereitung
	Berücksichtigung von gewichteten Nachhaltigkeitskriterien bei der Auftragsvergabe	2010	Umsetzung läuft. - Entwicklung von Nachhaltigkeitskriterien zur Angebotsbewertung; Erprobung in 2010
	Ziel: Entwicklung und Einsatz nachhaltiger Produkte, Dienste und Lösungen zur Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb. (KPI: Anteil „grüner Produkte“ an inländischen Umsatzerlösen)		
Nachhaltige Produkte	Unterstützung der internationalen Initiative „Green Mobile Devices and Accessories“ der Open-Terminal-Plattform	2009	Ziel erreicht. - Genormte Schnittstelle bei fast allen neu eingeführten Handys - Bis 2012 nur noch einheitliche Lademöglichkeiten über Micro-USB
	Reduktion der Standby-Energie des Schaltnetzteils für alle verkauften Endgeräte des Geschäftsfelds Breitband/Festnetz in Deutschland	2008	Ziel erreicht. - Ausnahme: Telefonanlage Eumex 800i; Einbau erfolgt in der neuen Generation

	Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Nachhaltige Produkte	Erhöhung des Wirkungsgrads bei Schaltnetzteilen in Endgeräten auf über 90 %	2009 – 2011	Umsetzung läuft.
	Entwicklung kundenrelevanter Nachhaltigkeitskriterien sowie Kennzahlen für den Ausbau und das Controlling des Portfolios nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Ausweitung des Zieltermins. - Entwicklung des ersten Kriteriensets unter Einbindung externer Stakeholder - Erste Dialoge z. B. mit der Deutschen Umwelthilfe
	Entwicklung und Umsetzung einer Strategie für den Bereich Products & Innovation zur Verankerung von CR im Produktentwicklungszyklus sowie Innovationsprozess	2009-2011	Umsetzung läuft. Ausweitung des Zieltermins. - Vorlage und Implementierung aufgrund neuer Konzernstrukturen nicht erfolgt - Erweiterung des Ziels um die Verankerung von Nachhaltigkeitskriterien in relevanten Prozessen
Ziel: Best Place to Work, Best Place to Perform and Grow. (KPI: Mitarbeiterzufriedenheit)			
Beschäftigte	Neuausrichtung der Personalarbeit zur Verbesserung der internen Kundenorientierung und Erhöhung der Effizienz (HR@2009)	2009	Ziel erreicht. - Konzernweite Einführung von HR Business Partner, HR Competence Center und HR Shared Services - Stärkere Homogenisierung und Standardisierung der Personalservices
	Alle Leitenden Angestellten des Konzerns in Deutschland absolvieren die Service Akademie	2011	Umsetzung läuft. Ziel verlängert. - Teilnahme von 99 % der Leitenden Angestellten 2008 und 2009 an Phase eins, 95 % haben 2009 und 2010 Phase zwei absolviert, die verbliebenen 5 % werden dies nachholen - Die dritte Phase startet Mitte des zweiten Quartals 2010
	Deutliche Verbesserung der Gesundheitsquote und Reduzierung der Anzahl der Unfälle	2008 – 2010	Umsetzung läuft. - Einführung eines verbesserten elektronischen Unfallmeldesystems (UNDIS) in Deutschland
	Schwerpunktmäßige Einführung von Fachkarrieren	2009 – 2011	Umsetzung läuft. - Konzernweite Neuauflage des Personalentwicklungsprogramms „Go Ahead!“, Einbindung von 40 000 Fachleuten
	Anteil von Frauen im Management der Telekom nachhaltig erhöhen	2010 – 2015	Umsetzung läuft. - Einführung Frauenquote für mittlere und obere Führungspositionen als erstes DAX-30-Unternehmen - Vorbereitung durch Zielwerte bei Neueinstellungen und Teilnehmersauswahl an Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen - Verpflichtung auch für Agenturen, die uns bei der Personalakquisition unterstützen
	Konzernweite Einführung der neuen Guiding Principles	2009 – 2010	Umsetzung läuft. - Entwicklung Guiding Principles (Leitbild für die „Neue Telekom“) - Implementierung zwischen Anfang 2009 und 2010
	Group Diversity Management Relaunch Diversity Management	2009	Ziel erreicht. - Weiterentwicklung und Neustrukturierung des „Group Diversity Managements“
	Ausbildungsquote	2013	Umsetzung läuft. - Quote von 2,9 % p. a. der Konzernbeschäftigten Inland (ohne Vivento und Geschäftsmodelle); tarifvertraglich bis 2013 verlängert
Neuausrichtung des Ideenmanagements	Internationale Arbeitnehmerbeziehungen stärken	Fortlaufend	Umsetzung läuft. - Einführung „Guideline for the Cooperation with Employee Representatives“ - Einrichtung des Bereichs „Global Employee Relations Management“ (ERM) als zentraler Ansprechpartner
	Neuausrichtung des Ideenmanagements	2009 – 2010	Umsetzung läuft. - Einführung konzernweit einheitlicher Regelungen und eines Ideenmanagements (national) - Stabilisierung per Dialogplattform auf Web 2.0-Basis (2010) für demokratische und vorurteilsfreie Interaktion über alle Hierarchieebenen
	Gesundheitsmanagement konzernweit vereinheitlichen	2009 2010 – 2012	Umsetzung läuft. - Organisatorische Zusammenführung von Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und betrieblichem Brandschutz; Zuordnung zum Bereich Personal - Implementierung eines einheitlichen Management-Systems inkl. „Telekom Mindeststandards“ und „Health & Safety Guidelines“ ab 2010.

¹ Der KPI CR-Leadershipindikator (Gesellschaftliches Engagement) wurde in das CR-Handlungsfeld „Connect the Unconnected“ verschoben.
² Der KPI wird 2010 überarbeitet.
³ Der KPI wurde im Vergleich zum CR-Programm 2009 verändert.
⁴ Das Ziel „Verankerung der CO₂-Ziele im Immobilienbereich“ wurde in dieses Ziel überführt.

Ausgewählte Kennzahlen.



Ökonomische Kennzahlen.

S. 51

Kontinuierliche Top-Platzierung in Ratings, Anteil nachhaltiges Investment fast verdoppelt.



Ökologische Kennzahlen.

S. 52

Hohe Ökoeffizienz in den Feldern Energie, Abfall, Fuhrpark und Wasser.



Soziale Kennzahlen.

S. 56

Gleichbleibend hohes und umfangreiches Engagement für Beschäftigte.

Die konzernweite Erhebung und Ausweisung von Kennzahlen in den CR-Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales ist für uns ein wichtiges Instrument, um die Umsetzung von Zielen zu überprüfen, Maßnahmen zu steuern und Verbesserungspotenziale zu identifizieren.

Im Vergleich zum Vorjahr werden detaillierte Tabellen in diesem Jahr nutzerfreundlich im CR-Onlinebericht abgebildet. So ist es uns im vorliegenden Printbericht möglich, vierjährige Zeitreihen der ökologischen Daten darzustellen. Dies erleichtert sowohl intern wie extern die Möglichkeit, die messbaren Fortschritte und Leistungen der Telekom in Bezug auf CR in ihrer Entwicklung zu zeigen.

Die Datenbasis für jede der konsolidierten Kennzahlen ist ausgewiesen: Angaben im Zusammenhang mit dem Ausdruck „Deutsche Telekom Konzern“ beziehen sich auf alle Einheiten in Deutschland sowie die wesentlichen ausländischen Konzerntöchter mit Mehrheitsbeteiligung. Die in den Konzernwerten enthaltenen Daten für Griechenland für das Jahr 2008 dienen lediglich als ergänzende Information, da die OTE und Cosmote in den ausgewiesenen Kunden- und Finanzzahlen des Geschäftsjahres 2008 nicht enthalten waren. Unter „Deutsche Telekom Konzern in Deutschland“ genannte Daten beziehen sich auf alle Standorte der Konzerneinheiten in Deutschland. Sofern nicht anders gekennzeichnet, stammen die Daten aus internen Quellen.

Die im Vorjahr kommunizierten CR-Leadershipindikatoren zum Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes und zur Beurteilung unseres gesellschaftlichen Engagements sind in die Gliederung nach den drei CR-Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales integriert.

Der Prüfungsgegenstand wurde gegenüber dem Vorjahr erneut erweitert. Aus dem Geschäftsjahr 2009 wurden neben ausgewählten Kennzahlen unserer Einheiten in Deutschland auch wiederholt ausgewählte Kennzahlen von Slovak Telekom sowie erstmalig ausgewählte Kennzahlen von Magyar Telekom und T-Mobile Netherlands in die unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung einbezogen. Siehe Seite 58. Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung sind mit gekennzeichnet.

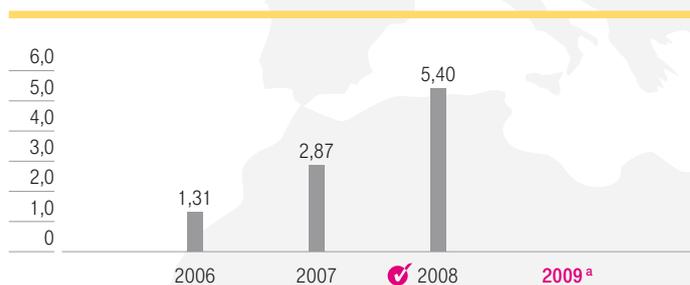
Ökonomische Kennzahlen.

Die wichtigsten CR-Kennzahlen mit ökonomischem Bezug sind der Anteil der von nachhaltigen Investmentfonds gehaltenen T-Aktien sowie das Abschneiden der Telekom in den wichtigsten Ratings und Rankings und das Listing in den wesentlichen Indizes. Die diesjährige Auswertung zeigt gut nachvollziehbar, dass unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in Fachkreisen mehrheitlich gut bewertet werden.

In der jährlichen Studie des Sustainable Business Institute (SBI) wurde der von nachhaltigen europäischen Investmentfonds gehaltene Aktienanteil im Jahr 2008 mit 5,40% ermittelt. Damit hat sich ihr Anteil am Gesamtbestand der Aktien gegenüber 2,87% im Vorjahr fast verdoppelt. Das Ergebnis für 2009 wird im Herbst 2010 erwartet und dann auf dem CR-Portal der Telekom unter www.telekom.com/verantwortung veröffentlicht.

Nachhaltiges Investment (SRI).

Anteil der von nachhaltigen Investmentfonds gehaltenen T-Aktien in %



^a Daten für 2009 liegen im Herbst 2010 vor.

Im Bezug auf Ratings hat die Telekom das hohe Vorjahresniveau gehalten.

Siehe Seite 14.

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikat „Prime“.

Ratingagentur	Indizes/Prädikate/Ranking	Erfolge Index-Listing			
		2009 erfüllt	2008 erfüllt	2007 erfüllt	2006 erfüllt
SAM	DJSI World				
	DJSI STOXX®				
Oekom	„Prime“				
Vigeo	ASPI				
	ESI				
imug/EIRIS	FTSE4Good				
CDP	CD Leadership Index	-	-		
Sarasin	DAX Glob. Sar. Sust.				n.a.
Innovest (RiskMetrics Group)	Global 100 List	-	-	-	
RiskMetrics	FTSE KLD Global Climate 100			-	
	FTSE KLD Global Sustainab.	(-)	-		

= Erfolgreich gelistet.
 - = Nicht erfolgreich gelistet.
 () = Zweijähriger Rhythmus.

Weitere ökonomische Daten und Kennzahlen im CR-Onlinebericht:

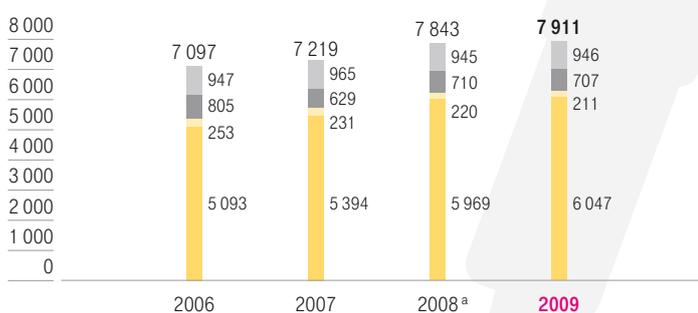
- 701 Umsatz, EBITDA und Konzernüberschuss
- 702 Nettowertschöpfung
- 703 Personalaufwand und EBITDA je Mitarbeiter

unter www.telekom.com/cr-bericht2010

Ökologische Kennzahlen.

Energieverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

Verbrauch Energiearten in GWh



■ Strom ■ Fernwärme ■ Fossile Brennstoffe (Heizung) ■ Kraftstoffe (Fuhrpark)

^a Abweichung gegenüber Darstellung im Vorjahr um + 4 GWh (Korrektur Angabe Fernwärmeverbrauch T-Mobile Czech Republic).

Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei) und T-Mobile Netherlands.

✓ Deutschland: Einzeldaten Energieverbrauch 2009: Strom 2 956,473 GWh, Fernwärme 160,625 GWh, Fossile Brennstoffe (Heizung) 467,463 GWh, Kraftstoffe (Fuhrpark) 65 608 969 l = 674,866 GWh. Daten für Energieverbrauch beruhen teilweise auf Schätzungen und Hochrechnungen.

✓ Slovak Telekom: Einzeldaten Energieverbrauch 2009: Strom 66,154 GWh, Fernwärme 11,976 GWh, Fossile Brennstoffe (Heizung) 19,371 GWh, Kraftstoffe (Fuhrpark) 2 105 426 l = 20,581 GWh. Es sind keine Daten zu vermieteten sowie angemieteten Gebäuden (bis auf die Hauptverwaltung in Bratislava) enthalten.

✓ Magyar Telekom plc.: Einzeldaten Energieverbrauch 2009: Strom 219,070 GWh, Fernwärme 16,431 GWh, Fossile Brennstoffe (Heizung) 69,709 GWh, Kraftstoffe (Fuhrpark) 4 022 395 l = 40,065 GWh. Daten beruhen teilweise auf Schätzungen und Hochrechnungen.

✓ T-Mobile Netherlands: Einzeldaten Energieverbrauch 2009: Strom 94,474 GWh, Fossile Brennstoffe (Heizung) 4,554 GWh, Kraftstoffe (Fuhrpark) 576 214 l = 5,752 GWh. Daten für Energieverbrauch beruhen teilweise auf Schätzungen und Hochrechnungen.

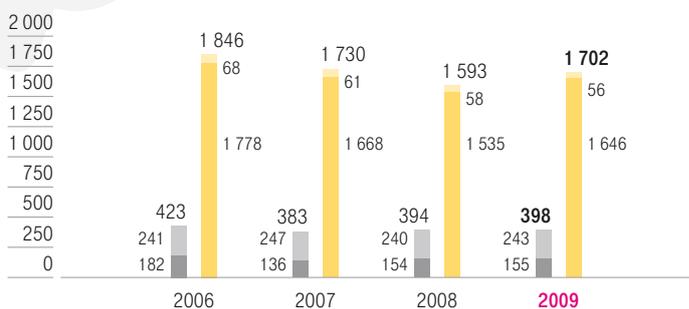
ⓘ Angaben zum Energieverbrauch der einzelnen Beteiligungen im CR-Onlinebericht.

Energie. Gemäß dem weltweiten Trend im ICT-Sektor ist auch 2009 der Stromverbrauch des Deutsche Telekom Konzerns insgesamt und in vielen Standortländern erneut gestiegen – im Branchenvergleich jedoch nur leicht. Netzausbau und zunehmende Übertragungsmengen sind die wesentlichen Treiber dafür. Durch umfassende Maßnahmen zur Energieeinsparung und Effizienzsteigerung konnte ein höherer Anstieg im Stromverbrauch verhindert werden. In Deutschland wurde der Verbrauch sogar leicht gesenkt. Ein deutlicher Anstieg ist beim Heizenergieverbrauch zu verzeichnen. Wesentliche Ursache dafür ist der strenge Winter 2009, der in vielen Ländern zu einem erhöhten Heizbedarf geführt hat. Seit Anfang 2008 bezieht die Telekom den gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen. Der TÜV SÜD hat dies im März 2010 erneut überprüft und auch für das Jahr 2009 bestätigt.

Emissionen Deutsche Telekom Konzern.

Direkte Emissionen aus Verbrauch Fuhrpark und Heizung (Scope 1)/

Indirekte Emissionen aus Strom und Fernwärmeverbrauch (Scope 2) in Tsd. t CO₂



Direkte Emissionen: Indirekte Emissionen:

■ Kraftstoffe (Fuhrpark) ■ Fernwärme
■ Fossile Brennstoffe (Heizung) ■ Strom

Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei) und T-Mobile Netherlands.

✓ Deutschland: Einzeldaten Emissionen aus Energieverbrauch 2009: Strom 0 t CO₂, Fernwärme 39 423 t CO₂, Fossile Brennstoffe (Heizung) 101 559 t CO₂, Kraftstoffe (Fuhrpark) 175 322 t CO₂. Seit Januar 2008 wird der gesamte Strombedarf in Deutschland zu 100 % aus erneuerbaren Energiequellen (EEG-Mengen im deutschen Strommix und RECS-Zertifikate) abgedeckt. Bei der Prüfung durch PwC lagen 99,86 % der erforderlichen RECS-Zertifikate vor. Die übrigen 0,14 % sollen im Herbst 2010 beschafft werden.

✓ Slovak Telekom: Einzeldaten Emissionen aus Energieverbrauch 2009: Strom 15 168 t CO₂, Fernwärme 6 486 t CO₂, Fossile Brennstoffe (Heizung) 3 932 t CO₂, Kraftstoffe (Fuhrpark) 5 116 t CO₂.

✓ Magyar Telekom plc.: Emissionen aus Energieverbrauch 2009: Strom 75 543 t CO₂, Fernwärme 4 030 t CO₂, Fossile Brennstoffe (Heizung) 14 077 t CO₂, Kraftstoffe (Fuhrpark) 10 131 t CO₂.

✓ T-Mobile Netherlands: Einzeldaten Emissionen aus Energieverbrauch 2009: Strom 6 506 t CO₂, Fossile Brennstoffe (Heizung) 928 t CO₂, Kraftstoffe (Fuhrpark) 1 457 t CO₂. In den Niederlanden wird der Strom zu 83 % aus erneuerbaren Quellen bezogen.

ⓘ Angaben zu Emissionen der einzelnen Beteiligungen im CR-Onlinebericht.

Alle Emissionen wurden auf Basis von Energieverbrauchsdaten ermittelt. Es gelten die in den Tabellen zum Energieverbrauch und zum Fuhrpark enthaltenen Fußnoten sinngemäß.

Emissionen. Die Emissionen werden auf Basis der verschiedenen Energieverbräuche in CO₂-Werten berechnet. Seit dem Vorjahr zeigen wir – auch rückwirkend – die Emissionsdaten entsprechend der internationalen Entwicklung nach den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA). Die Berichterstattung nach GHG Protocol beruht auf den folgenden Scopes:

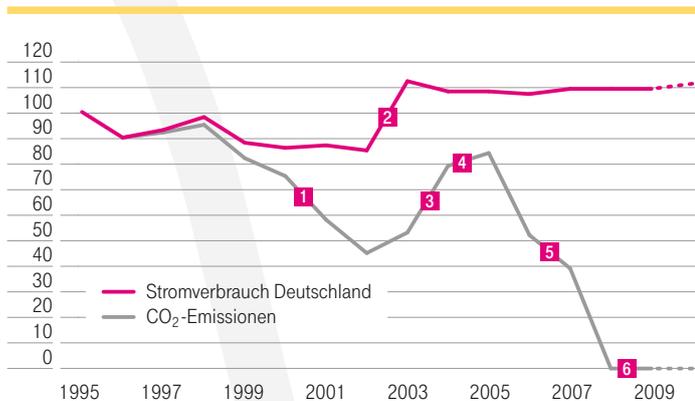
- Scope 1: direkte Emissionen aus eigenen Quellen
- Scope 2: indirekte Emissionen aus dem Bezug von elektrischem Strom und Fernwärme

Wie an den Grafiken erkennbar, sind auch die klimaschädlichen CO₂-Emissionen im Deutsche Telekom Konzern insgesamt und in nahezu allen Kategorien – außer Scope 2-Emissionen aus Fernwärmeverbrauch – angestiegen. Ursachen dafür sind die gestiegenen Energieverbräuche und die Erhöhung von einzelnen bei der Emissionsberechnung verwendeten Faktoren seitens der IEA. Die bei der Stromerzeugung anfallenden indirekten Emissionen in Deutschland sind wie im letzten Jahr auf Null reduziert. Dies war möglich durch die Maßnahmen zur Energieeinsparung und Erhöhung der Energieeffizienz und den Erwerb von RECS-Zertifikaten (Renewable Energy Certificate System) für mehr als 2 400 GWh. Zusammen mit dem über 19-prozentigen Anteil an erneuerbaren Energien im deutschen Strommix beziehen wir damit auch 2009 unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen.

Wir beschäftigen uns intensiv mit der Ermittlung und Berichterstattung der Scope 3-Emissionen und beteiligen uns an einem Pilotprojekt der „GHG Protocol Initiative“ zum Scope 3-Reporting. Noch liegen uns keine umfassenden Scope 3-Daten vor. Die dazu zählenden Emissionen aus Geschäftsreisereisetätigkeit innerhalb der Konzerngesellschaften in Deutschland sind aber bereits im CR-Onlinebericht veröffentlicht.

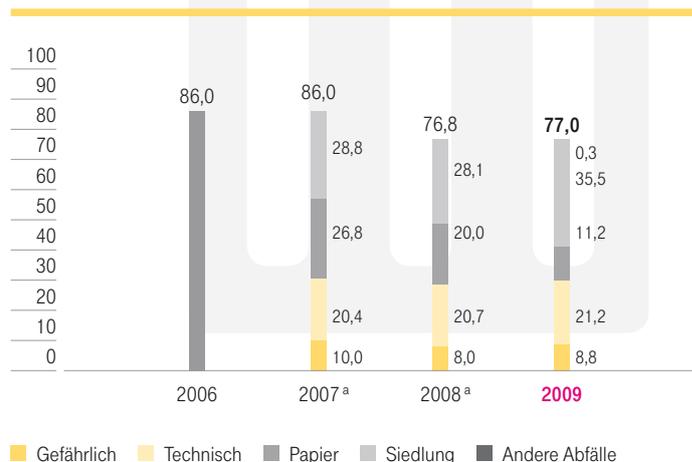
Der Deutsche Telekom Konzern arbeitet in Deutschland seit vielen Jahren mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket kontinuierlich daran, die betrieblichen Aktivitäten vom CO₂-Ausstoß zu entkoppeln. Im nachfolgenden Diagramm wird das Ergebnis dieser Aktivitäten für unseren Stromverbrauch in Deutschland und die damit verbundenen CO₂-Emissionen dargestellt.

Entkopplung Stromverbrauch/CO₂-Emissionen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.
in % (1995 = 100%)



- 1 Verstärkter Einkauf von Strom aus Kraft-Wärme-Kopplung (KWK)
- 2 Anstieg des Energieverbrauchs aus technischen Gründen
- 3 Energieversorger stoppen Datenangaben für Anteile KWK-Strom
- 4 Energieversorger stoppen Datenangaben für Strommix -> Berechnung nach Deutschland-Mix
- 5 Einkauf von Strom aus erneuerbaren Quellen
- 6 Gesamter Strombedarf direkt oder indirekt aus erneuerbaren Quellen

Abfallaufkommen Deutsche Telekom Konzern.
Abfallarten in Tsd. t



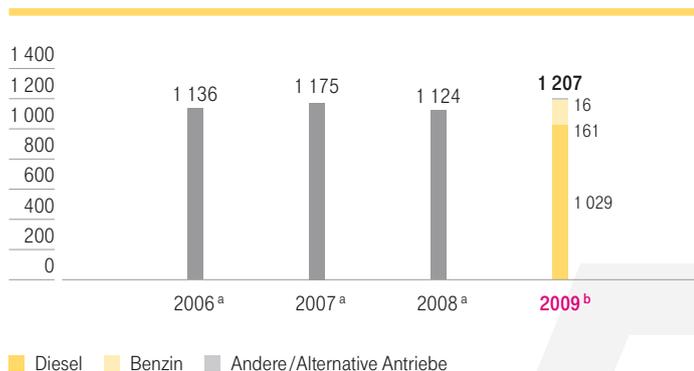
- ^a Reporting seit 2008 inkl. OTE und Cosmote.
Nachträgliche Korrektur Abfalldaten T-Mobile USA für 2008 und 2007 (ca. - 10 000 t).
Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei) und T-Mobile Netherlands.
- ☑ Deutschland: Einzeldaten Abfall 2009: Gefährlich 7 231 t, Technisch 16 660 t, Papier 6 629 t, Siedlung 19 569 t, Andere Abfälle 250 t. Daten basieren im Bereich der Siedlungs- und Papierabfälle auf Schätzungen und Hochrechnungen.
- ☑ Slovak Telekom: Einzeldaten Abfall 2009: Gefährlich 213 t, Technisch 1 491 t, Papier 78 t, Siedlung 1 101 t. Daten für Kommunalabfall und Papier beziehen sich teilweise auf Schätzungen (durchschnittliche Menge des abgeholt Abfalls pro Abholung durch Kommune).
- ☑ Magyar Telekom plc.: Einzeldaten Abfall 2009: Gefährlich 421 t, Technisch 537 t, Papier 371 t, Siedlung 2 462 t. Daten für Kommunalabfall beruhen auf Schätzungen.
- ☑ T-Mobile Netherlands: Einzeldaten Abfall 2009: Gefährlich 1 t, Technisch 1 t, Papier 50 t, Siedlung 255 t.
- ☑ Angaben zum Abfallaufkommen der einzelnen Beteiligungen im CR-Onlinebericht.

Abfall. Das Gesamtabfallvolumen des Deutsche Telekom Konzerns ist gegenüber 2008 nur geringfügig angestiegen. Die Menge an gefährlichen Abfällen hat sich im Konzern leicht erhöht. Der Anstieg resultiert im Wesentlichen aus dem sukzessiven Abbau oberirdischer Linien mit den dazugehörigen getränkten Leitungsmasten in Deutschland. Zusätzlich erhöhten sich erneut die Abfallmengen in Deutschland im Rahmen des Kabelbergungsprojekts. Der aus diesen Effekten resultierende Anstieg des gefährlichen Abfalls in Deutschland wird durch gesunkenen Bedarf an Bleibatterien in Ungarn jedoch zu großen Teilen kompensiert. Der Großteil der Verschiebung zwischen Siedlungs- und Papierabfällen im Vergleich zu den Vorjahren resultiert aus einer veränderten Berechnungsgrundlage in Deutschland. In Summe sanken die Werte im Zusammenhang mit dem Rückgang im Personalbestand Deutschland. In Ungarn erhöhte sich dagegen die Menge des Papierabfalls aufgrund von verbesserter Abfalltrennung sowie durch Entsorgung veralteter Papierdokumente. Die Verwertungsquote des Deutsche Telekom Konzerns in Deutschland liegt wie in den Vorjahren bei ca. 98 %.

Fuhrpark. Der Fahrzeugbestand des Deutsche Telekom Konzerns hat sich im Jahr 2009 erneut reduziert. Der Verkauf von Unternehmensteilen einerseits sowie geänderte Nutzungsbedingungen für Fahrzeuge andererseits haben zu einer Senkung der Fahrzeuganzahl um ca. 14 % beigetragen. Der Rückgang des Fuhrparks unseres Mobilitätsdienstleisters, der DeTeFleet-Services in Deutschland, wirkt sich in der Fahrzeuganzahl deutlich aus. Eine Vergrößerung des Fuhrparks bei einigen Beteiligungen wie z. B. bei der OTE in Griechenland wirkt sich leicht gegenläufig aus. Erstmals werden dieses Jahr im CR-Printbericht die Fuhrparkdaten aufgeteilt nach Antriebsart dargestellt. Eine detaillierte Darstellung der internationalen Fuhrparkdaten nach Fahrzeugart (Dienst- und Geschäftsfahrzeuge) ist im CR-Onlinebericht verfügbar.

Fahrleistung Deutsche Telekom Konzern – nach Antrieb.

in Mio. km



^a Aufteilung nach Antriebsart ab 2009 verfügbar.

^b Wert „Andere/Alternative Antriebe“ enthält Gesamtfahrleistung T-Mobile USA, da keine Aufteilung nach Antrieb vorliegt.

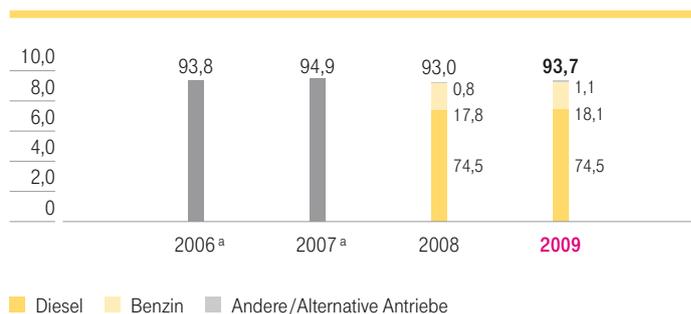
Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei) und T-Mobile Netherlands.

- Deutschland: Einzeldaten Fahrleistung 2009: Diesel 877 970 670 km, Benzin 8 453 355 km, Andere/Alternative Antriebe 13 909 561 km.
- Slovak Telekom: Einzeldaten Fahrleistung 2009: Diesel 5 103 775 km, Benzin 19 576 210 km, Andere/Alternative Antriebe 53 600 km.
- Magyar Telekom plc.: Einzeldaten Fahrleistung 2009: Diesel 29 849 306 km, Benzin 21 562 123 km, Andere/Alternative Antriebe 0 km. Daten stammen größtenteils von externen Dienstleistern.
- T-Mobile Netherlands: Einzeldaten Fahrleistung 2009: Diesel 4 681 771 km, Benzin 2 630 057 km, Andere/Alternative Antriebe 0 km. Daten stammen von externen Dienstleistern.
- Angaben der einzelnen Beteiligungen zur Fahrleistung nach verschiedenen Antriebsarten und Dienst- bzw. Geschäftsfahrzeugen im CR-Onlinebericht.

Entgegen dem Trend des Vorjahres und entgegen der Entwicklung der Fuhrparkgröße ist die gesamte Fahrleistung im Deutsche Telekom Konzern angestiegen und liegt ca. 8 % über dem Wert aus 2008. Insbesondere wirkt sich hier der Anstieg der Fahrleistung der Geschäftsfahrzeuge in Deutschland aus. Hinzu kommen Effekte aus steigenden Fahrleistungen bei unseren Beteiligungen in Ungarn, England, Polen und Griechenland. Dem entgegen steht ein Rückgang der Fahrleistung bei unseren Beteiligungen in Kroatien. Auch die Verbrauchswerte im Deutsche Telekom Konzern sind gegenüber dem Vorjahr leicht angestiegen.

Kraftstoffverbrauch Deutsche Telekom Konzern – nach Antrieb.

in Mio. l



^a Aufteilung nach Antriebsart ab 2008 verfügbar.

Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei) und T-Mobile Netherlands.

- Deutschland: Einzeldaten Kraftstoffverbrauch 2009: Diesel 63 926 863 l, Benzin 813 625 l, Andere/Alternative Antriebe 868 481 l.
- Slovak Telekom: Einzeldaten Kraftstoffverbrauch 2009: Diesel 599 807 l, Benzin 1 502 899 l, Andere/Alternative Antriebe 2 730 l.
- Magyar Telekom plc.: Einzeldaten Kraftstoffverbrauch 2009: Diesel 2 172 326 l, Benzin 1 850 069 l, kein Verbrauch aus Andere/Alternative Antriebe. Daten stammen größtenteils von externen Dienstleistern.
- T-Mobile Netherlands: Einzeldaten Kraftstoffverbrauch 2009: Diesel 42 727 l, Benzin 247 657 l, Andere/Alternative Antriebe 0 l. Daten stammen von externen Dienstleistern.
- Angaben der einzelnen Beteiligungen zum Kraftstoffverbrauch nach verschiedenen Antriebsarten und Dienst- bzw. Geschäftsfahrzeugen im CR-Onlinebericht.

Fuhrpark, Mobilität und Verbrauch Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

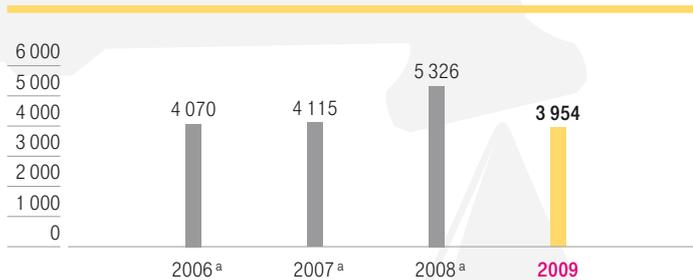
Stichtag: 31.12.	2006	2007	2008	2009
Fahrzeuge gesamt	42 260	42 591	39 034	31 667
Dienstfahrzeuge ^a	29 424	28 460	27 326	21 577
Geschäftsfahrzeuge ^b	12 836	14 124	11 708	10 090
Fahrleistung (in Mio. km)	905,9	922,0^c	820,0	900,3
Dienstfahrzeuge ^a	446,0	416,0 ^c	432,0	448,8
Geschäftsfahrzeuge ^b	459,9	506,0 ^c	387,0	451,5
Verbrauch (in Mio. l)	68,9	68,8	61,3	65,6
Dienstfahrzeuge ^a	33,2	30,8	31,6	32,0
Geschäftsfahrzeuge ^b	35,7	38,0	29,8	33,6

^a Inklusive Poolfahrzeuge.

^b Inklusive Betriebsfahrzeuge.

^c Daten errechnet unter Berücksichtigung gleichbleibender Durchschnittsverbräuche im zweiten Halbjahr.

Wasserverbrauch Deutsche Telekom Konzern. in Tsd. m³



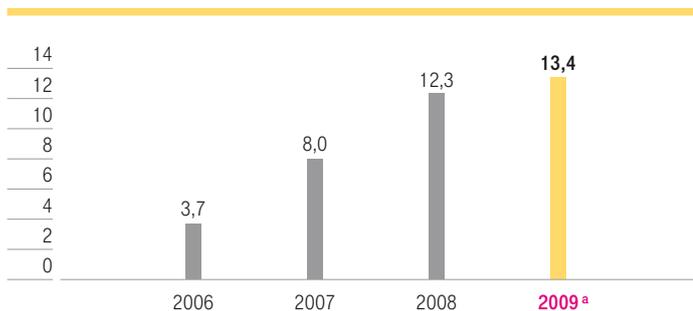
^a Rückwirkende Bereinigung Daten Deutschland 2006 – 2008 um Verbrauch von Grundwasser (ca. 2 – 3 Mio. m³). Berichtete Verbrauchsdaten Wasser beinhalten auf Konzernebene nur Frischwasser.

Daten für Wasserverbräuche auf Basis von Messungen, Schätzungen und Hochrechnungen auf Basis der Kostendaten. Kostendaten beruhen auf Rechnungsstellungen von Gebäudedienstleistern, welche Abrechnungen von Versorgungsdienstleistern einschließen.

Angaben zum Wasserverbrauch der einzelnen Beteiligungen im CR-Onlinebericht.

Wasser. Der Wasserverbrauch im Konzern ist gegenüber dem Vorjahr um mehr als 1 Mio. m³ gesunken. Wesentliche Ursache dafür ist ein technischer Effekt aus Umstellung der Berechnungslogik bei T-Mobile USA in Höhe von ca. 1,3 Mio. m³. Der reale Rückgang im Wasserverbrauch ist mit – 1 % gering und resultiert aus gegenläufigen Effekten in den Konzerneinheiten.

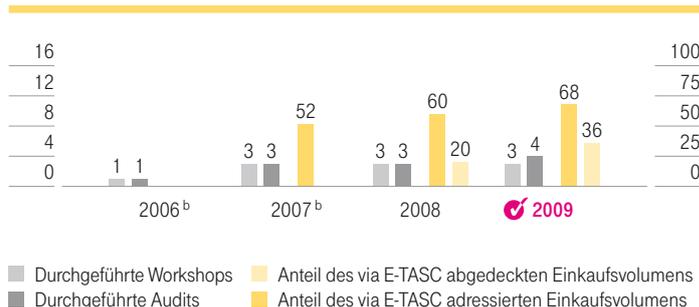
Elektronische Rechnungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland. in Mio.



^a Veränderte Zählweise bei T-Home.

Elektronische Rechnungen. Die Anzahl der elektronischen Rechnungen setzt sich zusammen aus elektronisch gestellten Rechnungen und Gutschrifterteilungen für Festnetz- und Mobilfunkkunden. Aufgrund von Umorganisationen sowie veränderter Zählweise für 2009 sind die Jahresdaten nur bedingt vergleichbar. Inzwischen liegt der Anteil der elektronisch übermittelten Rechnungen bei rund 40 %.

Risikomanagement Lieferantenbeziehungen Deutsche Telekom Konzern. Anzahl Anteil am bereinigten Einkaufsvolumen^a in %

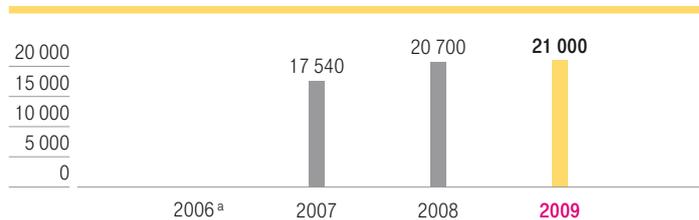


^a Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB), bereinigt um Volumina der Top-Carrier.

^b Die E-TASC-Anfrage wurde erst Ende 2007 gestartet. Daher liegen für 2006 und 2007 keine vollständigen Werte vor. Ende 2007 wurden im ersten Schritt die TOP-40-Lieferanten angefragt. 2008 wurde die Anfrage auf 100 Lieferanten erweitert, die nach Einkaufsvolumen und nach Risikogesichtspunkten ausgewählt wurden.

Lieferanten. Der Anteil des durch E-TASC abgedeckten Einkaufsvolumens ist gegenüber dem Vorjahr deutlich auf 36 % gestiegen. In 2009 wurden darüber hinaus vier interne Audits bei chinesischen Lieferanten durchgeführt. Der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens im Berichtszeitraum liegt damit bei 2 %. Für 2010 sind weitere Audits auch unter Einsatz anerkannter Auditierungsfirmen fest eingeplant. Wie in den Vorjahren wurden Workshops mit Top-Lieferanten durchgeführt.

Jobticket Deutsche Telekom Konzern in Deutschland. Vergünstigte Zeitfahrkarten des öffentlichen Nahverkehrs in Stück



^a Reporting Jobticket ab 2007.

Jobticket. Jobtickets sind geförderte Zeitfahrkarten des öffentlichen Nahverkehrs, bei denen die Kommunen Rabatte auf den Ticketpreis bei Großmengenabnahme sowie für die Übernahme des Ticketmanagements durch die Unternehmen gewähren. Die Rabatte werden vollständig an die Mitarbeiter weitergegeben.

Weitere ökologische Daten und Kennzahlen im CR-Onlinebericht:
 704 Flächennutzung
 unter www.telekom.com/cr-bericht2010

Soziale Kennzahlen.

In diesem Berichtsteil werden die wesentlichen sozialen Kennzahlen aus CR-Perspektive dargestellt. Eine detaillierte Darstellung von Beschäftigten-themen findet sich im Personalbericht 2009/2010 der Telekom.

Gesellschaftliches Engagement.

Wahrnehmung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland in %



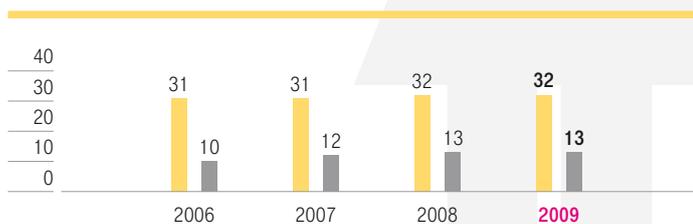
^a Kennzahl erstmalig 2008 berichtet.

Quelle: TNS Infratest. Telefonische Exklusivbefragung von 1 000 Personen aus der deutschen Wohnbevölkerung sowie 250 Vertretern des gehobenen Managements deutscher Unternehmen.

Gesellschaftliches Engagement. Die Kennzahl „Gesellschaftliches Engagement“ bewertet seit dem Vorjahr das Ausmaß, in dem die Telekom die in sie gesetzten Erwartungen zu diesem Thema in Deutschland erfüllt. Dazu wird die wahrgenommene Leistung der Telekom in Relation zur empfundenen Wichtigkeit eines solchen Engagements betrachtet. Die Basisdaten für diese Kennzahl resultieren aus Umfragen des unabhängigen Instituts TNS Infratest. Gegenüber dem Vorjahr ist ein Rückgang von 18% zu erkennen. Diese deutliche Abweichung ist u. a. auf die Weltwirtschaftslage zurückzuführen, die sich auch in einer pauschalen Skepsis gegenüber Unternehmen niederschlägt. Dies begründet zum Teil den leichten Rückgang in der wahrgenommenen Leistung im gesellschaftlichen Engagement. Gleichzeitig wird die Wichtigkeit dieses Engagements besonders in der Bevölkerung höher bewertet als zuvor. Zusammen sind diese Effekte maßgeblich für den Rückgang gegenüber dem Vorjahr.

Anteil Frauen Deutsche Telekom Konzern Deutschland.

in % (Alle Werte gerundet)



■ Anteil an der Gesamtbelegschaft
 ■ Anteil Executives der Management-Gruppe 1, 2, 3

Frauen im Konzern. Der Anteil von Frauen sowohl an der Gesamtbelegschaft als auch am Management der Telekom in Deutschland ist gegenüber 2008 konstant geblieben. Da der erhoffte durchschlagende Erfolg der jahrelangen Maßnahmen zur Frauenförderung in Deutschland wie in allen großen nationalen Unternehmen ausgeblieben ist, führt der Deutsche Telekom Konzern als erstes DAX-30-Unternehmen eine Frauenquote ein. Bis Ende 2015 sollen 30% der oberen und mittleren Führungspositionen des Deutsche Telekom Konzerns mit Frauen besetzt sein. Diese Regelung gilt weltweit. Neben der Erweiterung unseres Talentpools durch mehr Vielfalt im Management wird langfristig auch eine höhere Wertschöpfung für das Unternehmen erwartet. Die Umsetzung der 30%-Quote für Führungspositionen bei der Telekom wird systematisch durch Zielwerte vorbereitet. So müssen z. B. künftig in Führungskräfte-Entwicklungsprogrammen mindestens 30% Frauen vertreten sein.

Weiterbildung Deutsche Telekom Konzern Deutschland.

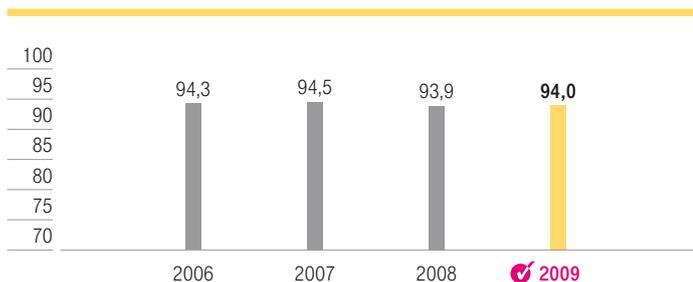
	2006	2007	2008	2009
Seminare ^a	16 061	17 071	23 428	31 926
Teilnehmer ^a	150 533	108 943	155 457	179 455
Teilnehmertage ^{a, b}	393 962	459 124	611 846	744 577
Durchschnittliche Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer ^a	2,6	4,2	3,9	4,1
Zugriffe Global Teach (interne E-Learning-Plattform) ^b	707 743	432 900	417 488	486 750

^a Daten beinhalten folgende geprüfte Daten Weiterbildung 2009 ohne Servicequalifizierung: Anzahl Seminare 21 427, Anzahl Teilnehmer 134 997, Anzahl Teilnehmertage 615 786.

^b Kennzahl beruht teilweise auf Hochrechnung.

Aus- und Weiterbildung. Die Ausbildungsquote des Konzerns in Deutschland liegt auf dem Vorjahresniveau von 9% (der inländischen Belegschaft ohne Vivento) und damit kontinuierlich im Spitzenfeld großer deutscher Unternehmen. Die Anzahl der Seminare und Teilnehmer an Weiterbildungsprogrammen ist gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken. Durch erstmalige Integration von Daten zur Servicequalifizierung liegen die Werte für Seminare, Teilnehmer und Teilnehmertage jedoch über Vorjahresniveau. Da verstärkt Weiterbildungsmaßnahmen über die globale E-Learning-Plattform „Global Teach“ durchgeführt wurden, sind die Zugriffe hier deutlich angestiegen.

Gesundheitsquote Deutsche Telekom Konzern Deutschland.
in %



Gesundheit und Prävention. Die Telekom in Deutschland konnte im Jahr 2009 trotz saisonaler Grippewelle und prophylaktischer Abwesenheiten durch die Pandemiedrohung die Jahresdurchschnittsquote mit 94,0% leicht verbessern. Mit dem betrieblichen Gesundheitsmanagement und konzernweiten Präventivangeboten zur Vorsorge als auch mit lokalen Aktionen wie den Gesundheitstagen fördern wir die Gesundheitskompetenz und das Gesundheitsbewusstsein aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Siehe Seite 31.

Arbeitsunfälle Deutsche Telekom Konzern Deutschland.
Anzahl je Tsd. Mitarbeiter



Die Darstellung umfasst die meldepflichtigen Betriebs- und Wegeunfälle und enthält Vollzeitkräfte sowie Teilzeitkräfte mit einem Beschäftigungsanteil ab 50%. Die Zahlen beinhalten nicht die Daten der Geschäftseinheiten T-Mobile und T-Systems.

Die meldepflichtigen Unfälle des Konzerns in Deutschland sind im Vergleich zu den letzten Jahren geringfügig zurückgegangen. Wie in den Vorjahren gab es auch im Berichtszeitraum keinen tödlichen Betriebs- oder Wegeunfall. Die Unfälle werden seit Mitte 2009 elektronisch erfasst. Dadurch sollen Unfallursachen differenziert und statistisch präzise dokumentiert werden, um insbesondere etwaige Mängel zielgerichtet beseitigen zu können.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern Deutschland.

	2006	2007	2008	2009
Anzahl Planteilnehmer Telekom-Pensionsfond (gesamt)	39 400	39 365	39 460	40 542
Fondsvermögen Telekom-Pensionsfond (gesamt) (in Mio. €) ^a	158,20	213,04	241,20	295,28
Kapitalkontenzusagen (arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung Telekom)	115 690	108 509	99 267	93 573

^a Das Volumen umfasst das Vermögen des Telekom-Pensionsfonds im Pensionsplan 2001.

Betriebliche Altersvorsorge. Im Geschäftsjahr 2009 konnte der Telekom-Pensionsfonds wiederholt einen Anstieg der Anzahl der Planteilnehmer und Beiträge verzeichnen. Der Rückgang der Kapitalkontenzusagen gegenüber Vorjahr ist begründet im fortlaufenden Personalabbau des Konzerns sowie durch Outsourcing von Konzerneinheiten. Im Zusammenhang damit ist auch die Zahl der unverfallbaren Anwartschaften aus dem Kapitalkontenplan für aus dem Konzern ausgeschiedene Mitarbeiter gestiegen.

genial@telekom
Ideenmanagement Deutsche Telekom Konzern Deutschland.

	2006	2007	2008	2009
Durch Ideen generierter monetärer Nutzen (in Mio. €)	74	99	141	122
Eingereichte Ideen (Anzahl)	8 600	8 841	7 295	5 592

Ideenmanagement. Im Jahr 2009 hat die Telekom in Deutschland ihr Ideenmanagement neu ausgerichtet. So wurde u. a. eine einheitliche und moderne IT-Plattform („genial@telekom“) für das Eingeben, Bearbeiten und Begutachten einer Idee bis hin zu ihrer Realisierung zur Verfügung gestellt.

Weitere soziale Daten und Kennzahlen im CR-Onlinebericht:

- 705 Mitarbeiterzahlen
- 706 Anteil Beamte
- 707 Altersstruktur
- 708 Vivento Mitarbeiterzahlen
- 709 Menschen in Teilzeitbeschäftigung
- 710 Menschen mit Behinderungen
- 711 Puls-Check – Ergebnisse konzernweite Pulsbefragung
- 712 Patentanmeldungen und Schutzrechte

unter www.telekom.com/cr-bericht2010

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung.

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit ausgewählter Angaben des „Corporate Responsibility Berichts 2010“ („CR-Bericht“) für das Kalenderjahr 2009 der Deutsche Telekom AG, Bonn, (die „Gesellschaft“) durchgeführt. Die ausgewählten Angaben wurden im CR-Bericht durch ein Symbol (✔) gekennzeichnet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter. Es liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft, die CR-Informationen im CR-Bericht in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (Seite 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien (die „GRI-Kriterien“) zu erstellen.

Die Verantwortung umfasst die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Erstellung des CR-Berichts sowie die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen zur Sicherstellung der Beachtung der GRI-Kriterien bei der Erstellung des CR-Berichts unter der Vornahme von Annahmen und Schätzungen, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers. Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeit eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Symbol (✔) gekennzeichneten Angaben des CR-Berichts für das Kalenderjahr 2009 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien erstellt worden sind. Diese ausgewählten Angaben befinden sich in den Kapiteln „Wir leben Verantwortung ...“, „... für unsere Lieferanten“ sowie „Indikatoren und Ziele“ des CR-Berichts.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 vorgenommen. Danach haben wir die Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit (z. B. einer Jahresabschlussprüfung gemäß § 317 HGB) weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird. Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Im Rahmen unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung haben wir u. a. folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Befragungen des Managements sowie von für das Reporting von CR-Informationen zuständigen und mit der Erstellung des CR-Berichts beauftragten Mitarbeitern;

- Nachvollzug der relevanten Dokumentation über die Implementierung und Eignung der relevanten Systeme und Prozesse zur Erhebung und Analyse der mit dem Symbol (✔) gekennzeichneten Angaben im CR-Bericht;
- Analytische Beurteilung ausgewählter CR-Angaben;
- Besuch ausgewählter Standorte sowie Durchführung standortbezogener Befragungen und Erhebungen;
- Verwertung der Bestätigung externer Dritter zum Elektrizitätsbedarf des Konzerns Deutsche Telekom in Deutschland;
- Stichprobenhafte Einholung von Nachweisen für die Richtigkeit der mit dem Symbol (✔) gekennzeichneten Angaben, u. a. durch Einsichtnahme in interne Dokumente, Verträge, in Rechnungen und Berichte von externen Dienstleistern sowie durch die Analyse von Daten, die als Berichte aus IT-Systemen generiert wurden.

Urteil. Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Symbol (✔) gekennzeichneten Angaben des CR-Berichts für das Kalenderjahr 2009 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI-Kriterien erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise – Empfehlungen. Ohne das oben dargestellte Urteil einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen aus:

- Die zentrale CR-Strategie sollte noch stärker in die Ziele der Business Units integriert werden.
- Die Verankerung des CR-Managements auf Ebene der Segmente und Business Units sollte weiter fortgeführt werden, die Dokumentation der zugehörigen Informationsflüsse sollte verbessert werden.
- Die Berichterstattung der Ziele und Maßnahmen an die Stakeholder sollte in Bezug auf die Quantifizierung der Zielerreichung und Wirksamkeit der Maßnahmen ausgebaut werden.
- Durch Einführung der CR-Datenbank wurde der Reportingprozess im gesamten Konzern einheitlicher und transparenter gestaltet. Für die Weiterentwicklung ist es wichtig, dass die Anforderungen an die inhaltlichen Kontrollverfahren präzisiert und auf allen organisatorischen Ebenen konsequent umgesetzt werden.

Frankfurt am Main, den 10. Mai 2010

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Andreas Bröcher
Wirtschaftsprüfer

gez. ppa. Nina Müller
Wirtschaftsprüfer

HSUPA (High Speed Uplink Packet Access). Die Technik beschleunigt den Daten-Upstream vom Mobilfunkgerät zum Netz und verkürzt außerdem die Datenlaufzeiten („Ping-Zeit“) erheblich. Damit ergänzt HSUPA optimal die HSDPA-Technik im T-Mobile Netz. Zusammen sorgen HSDPA und HSUPA dafür, dass Nutzer unterwegs ähnlich komfortabel im Internet surfen oder im Intranet arbeiten können wie über Festnetz-DSL.

ICT (Information and Communication Technology). Informations- und Kommunikationstechnologie.

ISO 14001. Die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001 formuliert weltweit anerkannte Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem. Im Fokus steht dabei ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess im Hinblick auf die Umsetzung der Umweltziele von Unternehmen und anderen Institutionen. Auf Grundlage der Norm ISO 14001 können diese ihr Umweltmanagementsystem durch unabhängige Umweltgutachter zertifizieren lassen.

KPIs. Als „Key Performance Indicators“ werden in der Betriebswirtschaftslehre Kennzahlen bezeichnet, anhand derer quantitativ bewertet werden kann, wie weit eine Organisation bei der Umsetzung wichtiger Zielsetzungen vorangekommen ist.

Low Carbon Society. Der Begriff „Low Carbon Society“ bezeichnet ein Szenario für die Entwicklung der Weltwirtschaft, bei dem der Ausstoß von Treibhausgasen, insbesondere von CO₂-Emissionen, deutlich gesenkt wird. Effizienzsteigerungen durch innovative Informations- und Kommunikationstechnologien sollen dabei einen wesentlichen Beitrag leisten, um den fortschreitenden Klimawandel zu begrenzen.

LTE (Long Term Evolution). Bezeichnung einer Technologie, die für das Mobilfunknetz der nächsten Generation in Frage kommt. LTE ermöglicht Geschwindigkeiten von mehr als 100 Mbit/s im Download und 50 Mbit/s im Upload.

Mbit/s (Megabit pro Sekunde). Einheit der Datenübertragungsgeschwindigkeit.

RECS (Renewable Energy Certificate System). Das System wurde 2002 eingeführt, um die Entwicklung erneuerbarer Energien international voranzubringen. RECS ist heute in 24 europäischen Ländern sowie Kanada, den USA und Südafrika in Betrieb. Das von RECS vergebene Standardzertifikat gewährleistet, dass identifizierbare Mengen elektrischer Energie aus bestimmten regenerativen Quellen gespeist werden, und macht regenerative, CO₂-neutrale Energie damit frei handelbar. Durch den Erwerb der Zertifikate lässt sich beim Energieeinkauf sicherstellen, dass diese Quantitäten ausschließlich dem Erwerber der Zertifikate zugeordnet werden. Mit Hilfe dieses Systems deckt die Telekom ihren gesamten Energiebedarf in Deutschland aus regenerativen Quellen.

Social Audit. Um die Werte der Telekom auch in unseren Beschaffungsprozessen zur Geltung zu bringen, werden regelmäßig spezielle Untersuchungsverfahren, sog. Social Audits, durchgeführt. Wesentliche Bestandteile der Social Audits sind:

- Risikobewertung,
- Lieferanten-Selbstbewertung,
- Interne Lieferantenbewertung,
- Persönlicher Kontakt und konstruktiver Dialog mit Lieferanten und Geschäftspartnern,
- Auditbericht einschließlich der Auditbewertung.

Stakeholder. Der Stakeholder-Ansatz (englisch etwa für: Inhaber eines Anspruchs) ist die Erweiterung des in der Betriebswirtschaft verbreiteten Shareholder-Value-Ansatzes. Im Gegensatz zum Shareholder-Value-Prinzip, das die Bedürfnisse und Erwartungen der Anteilseigner eines Unternehmens in den Mittelpunkt des Interesses stellt, versucht der Stakeholder-Ansatz, das Unternehmen in seinem gesamten sozialen Kontext zu erfassen und die Bedürfnisse der unterschiedlichen Anspruchsgruppen in Einklang zu bringen. Als Stakeholder gelten dabei neben den Shareholdern die Mitarbeiter, die Kunden, die Lieferanten sowie der Staat und die Öffentlichkeit.

Statement on Extractives. Mit dem 2009 verabschiedeten, umfassenden Statement on Extractives verpflichtet die Telekom ihre Zulieferer und deren Lieferanten auf die Sozialcharta der Telekom und fordert von ihnen eine Politik, die Menschenrechtsverletzungen bei der Beschaffung von Rohstoffen vorbeugt, und konkrete Maßnahmen zu deren Umsetzung. Damit beziehen wir Stellung zu Menschenrechts-, Sozial- und Umweltproblemen bei der Gewinnung von Rohstoffen, die für die Herstellung von ICT-Produkten verwendet werden.

T-Labs. Bei den T-Laboratories handelt es sich um das 2005 in Berlin eröffnete Forschungs- und Entwicklungsinstitut der Telekom. Das der TU Berlin angegliederte Institut bietet Spitzenwissenschaftlern aus aller Welt attraktive Forschungsmöglichkeiten. Schwerpunkt der Institutsarbeit ist die Entwicklung innovativer Dienste und Lösungen für die Kunden der Telekom.

UMTS (Universal Mobile Telecommunications System). Internationaler Mobilfunkstandard der dritten Generation, der mobile Multimedia und Telematikdienste unter dem Frequenzspektrum von 2 GHz vereinigt.

VDSL (Very high bit rate Digital Subscriber Line). Neue Technik zur Übertragung von sehr hohen Datenraten (Upstream 10 Mbit/s, Downstream 50 Mbit/s) im Glasfasernetz. Siehe auch DSL.

WLAN (Wireless Local Area Network). Kabellose Funknetze für den mobilen Internetzugang. Es können auch mehrere Rechner ohne Kabel untereinander und mit einem zentralen Informationssystem, einem Drucker oder einem Scanner verbunden werden.

Haftungsausschluss.

Dieser Bericht enthält zum Teil zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements der Telekom hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Sie sind im Allgemeinen durch die Wörter „erwarten“, „davon ausgehen“, „annehmen“, „beabsichtigen“, „einschätzen“, „anstreben“, „zum Ziel setzen“, „planen“, „werden“, „erstreben“, „Ausblick“ und vergleichbare Ausdrücke gekennzeichnet und beinhalten im Allgemeinen Informationen, die sich auf Erwartungen oder Ziele für Umsatzerlöse, bereinigtes EBITDA oder andere Maßstäbe für die Performance beziehen. Zukunftsbezogene Aussagen basieren auf derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Daher sollten Sie sie mit Vorsicht betrachten. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle der Telekom liegen. Dazu gehören unter anderem auch die Faktoren, die in den Abschnitten „Forward-Looking Statements“ und „Risk Factors“ des bei der U.S. Securities and Exchange Commission auf Form 20-F eingereichten Berichts des Unternehmens beschrieben sind. Zu den relevanten Faktoren zählen auch

der Fortschritt, den die Telekom mit den personalbezogenen Restrukturierungsmaßnahmen erzielt, und die Auswirkungen anderer bedeutender strategischer und operativer Initiativen, einschließlich des Erwerbs oder der Veräußerung von Gesellschaften sowie von Unternehmenszusammenschlüssen. Weitere mögliche Faktoren, die die Kosten- und Erlösentwicklung wesentlich beeinträchtigen, sind regulatorische Vorgaben, ein Wettbewerb, der schärfer ist als erwartet, Veränderungen bei den Technologien, Rechtsstreitigkeiten und aufsichtsrechtliche Entwicklungen. Sollten diese oder andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten, oder sollten sich die den Aussagen zugrunde liegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, so können die tatsächlichen Ergebnisse der Telekom wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Die Telekom kann keine Garantie dafür geben, dass die Erwartungen oder Ziele erreicht werden. Die Telekom lehnt – unbeschadet bestehender kapitalmarktrechtlicher Verpflichtungen – jede Verantwortung für eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen durch Berücksichtigung neuer Informationen oder zukünftiger Ereignisse oder anderer Dinge ab.

Kontakt und Impressum.

Deutsche Telekom AG
Corporate Communications
Postfach 2000
D-53105 Bonn

www.telekom.com

Kontakt:

Deutsche Telekom AG
Corporate Responsibility
Telefon: 0800-7381220
E-Mail: corporate.responsibility@telekom.de

Weitere Informationen zum CR-Engagement der Telekom erhalten Sie im CR-Onlinebericht 2010 unter:

www.telekom.com/cr-bericht2010

sowie unter:

www.telekom.com/gb2009

www.telekom.com/personalbericht

www.telekom.com/datenschutz

www.telekom.com/verantwortung

Der CR-Bericht 2010 liegt in deutscher und in englischer Sprache vor. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

Konzept/Recherche/Redaktion:
Deutsche Telekom AG
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

Konzeption/Gestaltung:
HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG, Hamburg

Fotos:
Deutsche Telekom AG, Mareen Fischinger, gettyimages,
plainpicture, George Wellmans

Reproduktion:
PX2@Medien GmbH & Co. KG, Hamburg

Druck:
Broermann Offset-Druck GmbH, Troisdorf-Spich

Knr. 642 200 190 (deutsch)

Knr. 642 200 191 (englisch)

Dieser CR-Bericht wurde klimaneutral produziert und ausgeliefert. Die entstandenen Treibhausgasemissionen wurden durch entsprechende Klimaschutzmaßnahmen vollständig kompensiert.



Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.

GRI-Index und Global Compact Fortschrittsbericht.

GRI-Index. Die CR-Berichterstattung der Telekom orientiert sich an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Der CR-Bericht 2010 der Telekom erfüllt die geltenden Leitlinien (G3) der GRI in vollem Umfang. Dies gilt auch für die auf Unternehmen der Telekommunikationsbranche anzuwendenden GRI Sector Supplements in ihrer Pilotversion aus dem Jahr 2003. Die Übereinstimmung mit beiden Anforderungskatalogen wurde von der GRI geprüft, die hierfür das höchste Application Level „A+“ vergab.

Der nachfolgende GRI-Index gibt an, in welchem Umfang wir auf die jeweiligen Indikatoren der GRI eingehen und an welcher Stelle im diesjährigen CR-Printbericht die entsprechenden Angaben zu finden sind. Außerdem weist der Index auf Textstellen im CR-Onlinebericht 2010 und in weiteren Konzernpublikationen der Telekom hin, die GRI-relevante Informationen enthalten. Zusätzliche Indikatoren, die für das Erlangen des Levels „A+“ nicht notwendig, aber dennoch im CR-Bericht 2010 berücksichtigt wurden, sind in grauer Schrift markiert.

Einen ausführlichen GRI-Index mit weiterführenden Erklärungen zu den einzelnen Indikatoren finden Sie im CR-Onlinebericht 2010. Dort geben wir außerdem Auskunft darüber, warum einzelne Indikatoren für die Telekom nicht wesentlich sind.

Global Compact Fortschrittsbericht. Der vorliegende CR-Bericht dient zugleich als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) der Telekom im Rahmen des Global Compacts der Vereinten Nationen. René Obermann: „Wir sind stolz darauf, dass die Arbeit der Telekom im Bereich Corporate Responsibility international Anerkennung findet, und verpflichten uns erneut zu den Prinzipien des Global Compact.“ Die dem GRI-Index folgende Tabelle verweist auf jene Textstellen, an denen wir in der Print- und Onlinefassung des CR-Berichts 2010 sowie in weiteren Konzernpublikationen über unser Engagement zur Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compacts informieren.

Indikator	Verweis	Status
1. Strategie und Analyse		
1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	☰ S. 2 f.	●
1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 42	● @ 801
2. Organisationsprofil		
2.1 Name der Organisation	☰ S. 4 f., Kontakt und Impressum	●
2.2 Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	☰ S. 4 f.	●
2.3 Organisationsstruktur	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 56 ff.	●
2.4 Hauptsitz der Organisation	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 57	●
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 56 f.	●
2.6 Eigentümerstruktur	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 57 ff.	●
2.7 Märkte	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 56 f., 66 ff.	●
2.8 Größe der Organisation	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 52 ff., 71 ff., 102 f.	●
2.9 Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	☰ S. 4 f. ☰ GB 2009 S. 57 ff. ☰ PB 2009/2010 S. 4 ff. (Datenteil)	●
2.10 Preise	☰ Das Jahr im Zeitraffer, S. 14, 29, 40	● @ 802
3. Berichtsparameter		
3.1 Berichtszeitraum	☰ Über diesen Bericht	●
3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts	☰ Über diesen Bericht	●
3.3 Berichtszyklus	☰ Über diesen Bericht	●
3.4 Ansprechpartner	☰ Kontakt und Impressum	●
3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	☰ Über diesen Bericht, S. 12 ff.	● @ 803
3.6 Berichtsgrenze	☰ Über diesen Bericht	●
3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs	☰ Über diesen Bericht	●
3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing	☰ GB 2009 S. 57 ff. www.telekom.com>Konzern>Weltweit	●
3.9 Datenerfassung	☰ Über diesen Bericht, S. 50 ff., 58	● @ 804
3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten		●
3.11 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	☰ Über diesen Bericht, S. 50 ff.	●
3.12 GRI Content Index	vorliegend	●
3.13 Bestätigung durch externe Dritte	☰ Über diesen Bericht, S. 58	●
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur der Organisation	☰ S. 8 ff. ☰ GB 2009 S. 29, 39 ff.	●
4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist	☰ GB 2009 S. 29	●
4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	☰ GB 2009 S. 29	●
4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand	☰ S. 12 ff. ☰ GB 2009 S. 30 ff., 39 f. ☰ PB 2009/2010 S. 15 (Datenteil)	● @ 805; @ 806
4.5 Kopplung der Vorstandvergütung an die Unternehmensleistung	☰ GB 2009 S. 43 f.	●
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten im Vorstand	☰ GB 2009 S. 42	●
4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen	☰ S. 8 ff.	●

Indikator	Verweis	Status
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	☞ S. 6 ff., 8 ff., 14 ff., 42 f. @ 807 ; @ 808	●
4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	☞ S. 8 ff., 48 f.	●
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	☞ S. 8 ff., 50 ff. ☞ GB 2009 S. 43 @ 809	●
4.11 Vorsorgeprinzip	☞ S. 14 ff. ☞ GB 2009 S. 40 ff. @ 810	●
4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	☞ S. 6 ff., 12 ff., 32 ff., 43 f. @ 811	●
4.13 Mitgliedschaften	☞ S. 33 ff. @ 812	●
4.14 Stakeholdergruppen	☞ S. 12 ff., 18 ff., 32 f., 35, 42 ff. @ 813 ; @ 814 ; @ 815	●
4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen	☞ Über diesen Bericht, S. 12 ff. @ 816 ; @ 817 ; @ 818	●
4.16 Einbeziehung von Stakeholdern	☞ S. 12 ff., 33 ff., 42 ff., 45 ff. @ 819 ; @ 820 ; @ 821	●
4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern	☞ Über diesen Bericht, S. 12 ff., 18 ff., 33 ff., 42 ff., 45 ff. @ 822 ; @ 823 ; @ 824	●
Ökonomische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	☞ S. 4 f. ☞ GB 2009 S. 62 f.	●
EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	☞ GB 2009 S. 47 @ 825	●
EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels	☞ GB 2009 S. 96 f. @ 826	●
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	☞ GB 2009 S. 71 ff., 124 ff. @ 827	●
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand		●
EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn	☞ GB 2009 S. 103 ff. @ 828	●
EC6 Standortbezogene Auswahl von Zulieferern	☞ S. 32 f. @ 829	●
EC7 Standortbezogene Personalauswahl	☞ S. 26 f., 29 ff. ☞ PB 2009/2010 S. 14 f., 28 ff. (Datenteil) @ 830	●
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	☞ S. 4 f., 18 ff., 21 ff., 44 f. @ 831	●
EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	@ 832	●
Ökologische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	☞ S. 36, 38 ff., 43 ff. ☞ GB 2009 S. 99 ff.	●
EN1 Eingesetzte Materialien		◆
EN2 Recyclingmaterial	☞ S. 52 ff. @ 833	●
EN3 Direkter Primärenergieverbrauch	☞ S. 52 ff. @ 834	●
EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch	☞ S. 52 ff. @ 835	●
EN5 Energieeinsparung	☞ S. 38 ff., 52 ff. @ 836	●
EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien	☞ S. 8 ff., 38 ff., 45 ff. @ 837	●
EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs	☞ S. 36 ff., 39 ff., 52 ff. @ 838	●
EN8 Gesamtwasserentnahme	☞ S. 52 ff. @ 839	●
EN9 Auswirkung des Wasserverbrauchs		◆
EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser		◆
EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten		◆
EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität		●
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume		◆
EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität	☞ S. 40 f. @ 842	●
EN15 Gefährdete Arten	☞ S. 40 f. @ 843	●
EN16 Treibhausgasemissionen	☞ S. 6 ff., 39 f., 45 ff., 52 ff. @ 844	●
EN17 Andere Treibhausgasemissionen	☞ S. 52 ff. @ 845	●
EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen	☞ S. 6 ff., 32 f., 36 ff., 45 ff., 52 ff. @ 846	●
EN19 Emissionen Ozon abbauender Stoffe	@ 847	●
EN20 NO _x , SO _x und andere Luftemissionen	@ 848	●
EN21 Abwassereinleitung		◆
EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	☞ S. 52 ff. @ 849	●
EN23 Wesentliche Freisetzung		◆
EN24 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention		◆
EN25 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität		◆
EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen	☞ S. 6 ff., 38 ff., 45 ff. @ 850	●
EN27 Verpackungsmaterial		●
EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen	☞ GB 2009 S. 111 ff.	●
EN29 Auswirkungen des Transports	☞ S. 36 ff., 52 ff. @ 851	●
EN30 Ausgaben für den Umweltschutz		○
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung		
Managementansatz	☞ S. 26 ff., ☞ PB 2009/2010 S. 6 ff. (Datenteil) @ 852	●
LA1 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis und Region	☞ S. 4 f., 26 f., 29 ff., 56 f. ☞ PB 2009/2010 S. 2 (Datenteil)	●
LA2 Mitarbeiterfluktuation	☞ S. 56 f. ☞ PB 2009/2010 S. 3 (Datenteil)	●
LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte	☞ S. 56 f. ☞ GB 2009 S. 103 f. www.telekom.com>Karriere>Professionals>Vergütung	○
LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen	☞ PB 2009/2010 S. 3, 6 (Datenteil) @ 853	●
LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	☞ PB 2009/2010 S. 6 ff. (Datenteil)	●
LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter		●
LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	☞ S. 56 f. ☞ PB 2009/2010 S. 13 (Datenteil) @ 854	●
LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten	☞ S. 28 f., 56 f. ☞ PB 2009/2010 S. 12 f. (Datenteil) @ 855	●
LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften		○
LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	☞ S. 29 ff., 34, 56 f. ☞ PB 2009/2010 S. 17 ff. (Datenteil) @ 856	●
LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen	☞ S. 29 ff. ☞ PB 2009/2010 S. 17 ff., 20 f. (Datenteil) @ 857	○
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	☞ S. 29 ff., 42 f. ☞ PB 2009/2010 S. 20 f. (Datenteil) @ 858 ; @ 859	○
LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien	☞ S. 29 ff., 56 f. ☞ GB 2009 S. 220 ff. ☞ PB 2009/2010 S. 28 ff. (Datenteil) @ 860	●
LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht	☞ S. 31 ☞ PB 2009/2010 S. 31 f. (Datenteil) @ 861	●

Indikator	Verweis	Status
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte		
Managementansatz	☰ S. 32 ff. @ 862	●
HR1 Investitionsvereinbarungen	☰ S. 26 ff., 32 ff. @ 863	●
HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen	☰ S. 32 ff. @ 864	●
HR3 Schulungen zu Menschenrechten	☰ S. 8 ff., 12 ff., 34 @ 865	●
HR4 Vorfälle von Diskriminierung	☰ S. 14 ff., 29 ff. @ 866 ; @ 867	●
HR5 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	☰ S. 32 f. www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 enthält Sozialcharta als PDF-Download @ 868	●
HR6 Kinderarbeit	☰ S. 32 f. @ 869	●
HR7 Zwangsarbeit	☰ S. 32 f. @ 870	●
HR8 Schulung des Sicherheitspersonals		●
HR9 Verletzung der Rechte von Ureinwohnern		◆
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft		
Managementansatz	☰ S. 8 ff., 14 ff., 18 ff. @ 871	●
SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen	☰ S. 18 ff., 43 ff. ☰ GB 2009 S. 106 ff. @ 872 ; @ 873 ; @ 874	●
SO2 Korruptionsrisiken	☰ S. 14 ff., 32 f. ☰ GB 2009 S. 39 ff. @ 875 ; @ 876	●
SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik	☰ S. 14 ff., 33 ☰ GB 2009 S. 105 @ 877	●
SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	☰ S. 14 ff., 33 @ 878	●
SO5 Lobbying	@ 879	●
SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker	☰ S. 13 ff. @ 880	●
SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	☰ GB 2009 S. 111 ff.	●
SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	☰ GB 2009 S. 111 ff.	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung		
Managementansatz	☰ S. 14 ff. @ 881	●
PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer	☰ S. 44 ff. @ 882	●
PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards	☰ GB 2009 S. 111 ff.	●
PR3 Produktinformationen	☰ S. 43 f. @ 883	●
PR4 Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen	☰ GB 2009 S. 111 ff.	●
PR5 Kundenzufriedenheit	☰ S. 42 f. @ 884	●
PR6 Standards in Bezug auf Werbung	☰ S. 43 f. @ 885	●
PR7 Verstöße gegen Marketingstandards	☰ GB 2009 S. 111 ff.	●
PR8 Verletzung des Schutzes der Kundendaten	☰ Das Jahr im Zeitraffer, S. 14 ff. www.telekom.com/datenschutz	●
PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben	☰ GB 2009 S. 111 ff.	●

GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche (Pilotversion 1.0).

Indikator	Verweis	Status
Betriebliche Abläufe		
Investitionen		
IO1 Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen	☰ S. 18 ff. @ 886	●
IO2 Kosten für Ausweitung nicht-profitabler Dienstleistungen auf abgelegene Regionen und Gruppen mit geringen Einkünften; Darstellung gesetzlicher Vorschriften		◆
Gesundheit und Sicherheit		
IO3 Maßnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personals beim Bau der Infrastruktur	www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit @ 887	●
IO4 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten	www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit @ 888	●
IO5 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen	www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit @ 889	●
IO6 Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten	www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit>SAR-Wert @ 890	●
Infrastruktur		
IO7 Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten	www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit>Werte in der Praxis www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit>Dialog>Dialog mit Kommunen @ 891	●
IO8 Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten	www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit>Werte in der Praxis www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit>Dialog>Dialog mit Kommunen @ 892	●

Indikator	Verweis	Status
Bereitstellung von Zugang		
Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide		
PA1	Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten ☰ S. 18 ff.	📍 893 ●
PA2	Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren ☰ S. 18 ff.	📍 894 ●
PA3	Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen ☰ S. 18 ff.	📍 895 ●
PA4	Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen ☰ S. 18 ff.	📍 896 ●
PA5	Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden ☰ S. 21 ff.	📍 897 ●
PA6	Programme und Maßnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notsituationen ☰ S. 21 ff.	📍 898 ●
Zugang zu Inhalten		
PA7	Strategien und Maßnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten ☰ S. 21 ff.	📍 899 ○
Kundenbeziehungen		
PA8	Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von EMF-bezogenen Themen in der Öffentlichkeit www.t-mobile.de/umweltschutz>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit>Wirkung EMF	●
PA9	Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder	📍 900 ○
PA10	Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife	📍 901 ●
PA11	Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung ☰ S. 43 f.	📍 902 ●
Technische Anwendungen		
Ressourceneffizienz		
TA1	Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen ☰ S. 24 f., 36 ff., 41 ff.	📍 903 ●
TA2	Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation ☰ S. 24 f., 44 ff.	📍 904 ●
TA3	Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen ☰ S. 24 f., 44 ff.	📍 905 ●
TA4	Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen und „Lessons Learned“ für die zukünftige Entwicklung ☰ S. 24 f., 45 ff.	📍 906 ●
TA5	Praktiken in Bezug auf Urheberrechte ☰ S. 56 f. ☰ GB 2009 S. 101	📍 907 ●

Global Compact Fortschrittsbericht.

Prinzip	Verweis	Status
Prinzip 1	Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte ☰ Das Jahr im Zeitraffer, S. 8 ff., 12 ff., 14 ff., 26 ff., 30 ff., 56 f. ☰ GB 2009 S. 103 ff. ☰ PB 2009/2010 S. 3, 6 ff., 12 f., 28 ff. (Datenteil) www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 enthält Sozialcharta als PDF-Download	📍 908; 📍 909; 📍 910; 📍 911; 📍 912 ●
Prinzip 2	Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen ☰ S. 8 ff., 12 ff., 14 ff., 26 f., 30 ff. www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 enthält Sozialcharta als PDF-Download	📍 913; 📍 914; 📍 915 ●
Prinzip 3	Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen ☰ S. 8 ff., 12 ff., 14 ff., 26 ff., 32 ff. ☰ PB 2009/2010 S. 3, 6 ff. (Datenteil) www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 enthält Sozialcharta als PDF-Download	📍 916 ●
Prinzip 4	Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit ☰ S. 8 ff., 12 ff., 14 ff., 26 f., 32 ff.	📍 917 ●
Prinzip 5	Abschaffung der Kinderarbeit ☰ S. 8 ff., 12 ff., 14 ff., 26 f., 32 ff.	●
Prinzip 6	Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung ☰ S. 8 ff., 12 ff., 14 ff., 26 f., 29 ff., 32 ff., 56 f. ☰ PB 2009/2010 S. 3, 6 ff., 14 f., 28 ff., 31 ff. (Datenteil)	📍 918; 📍 919; 📍 920 ●
Prinzip 7	Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen ☰ S. 6 ff., 32 ff., 36 ff., 43 ff., 52 ff. ☰ GB 2009 S. 96 f., 99 ff.	📍 921 ●
Prinzip 8	Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt ☰ S. 6 ff., 14 ff., 32 f., 38 ff., 43 ff., 52 ff., ☰ GB 2009 S. 97 ff., 111 ff.	📍 922; 📍 923 ●
Prinzip 9	Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien ☰ S. 6 ff., 32 f., 36 ff., 43 ff., 52 ff. ☰ GB 2009 S. 99 ff.	📍 924 ●
Prinzip 10	Gegen alle Arten der Korruption eintreten einschließlich Erpressung und Bestechung ☰ S. 8 ff., 14 ff., 33	📍 925; 📍 926 ●

Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
D-53113 Bonn

www.telekom.com

Erleben, was verbindet.

