



Strategie & Management.

Corporate Responsibility ist fest in unserem Kerngeschäft verankert und prägt unser tägliches Handeln.

> Mehr erfahren



Telekom weltweit.

Wir setzen uns an allen unseren Standorten für eine nachhaltige Entwicklung ein.

> Landesgesellschaften



„Verantwortung leben“ – unter diesem Motto engagieren wir uns für Gesellschaft und Umwelt.

> Vorwort des Vorstandsvorsitzenden

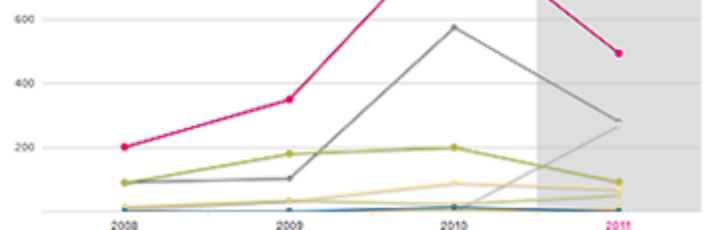
Corporate Responsibility messbar machen.

> CR KPI



> Malen für den Klimaschutz

Interaktive Kennzahlen.



Über diesen Bericht.

Seit 1996 informiert die Telekom im Rahmen der Corporate-Responsibility(CR)-Berichterstattung die interessierte Öffentlichkeit über ihre Ziele, entsprechende Aktivitäten und erreichte Fortschritte in ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Bereichen.

Den Titel „Wir leben Verantwortung.“ verwenden wir zum vierten Mal in Folge, da er Ausdruck für ein dauerhaftes Bekenntnis zu CR bei der Telekom ist. Bis 2015 wollen wir unser Ziel erreichen, in der globalen Informations- und Kommunikationstechnologiebranche führend bei der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zu sein. Hierbei dient uns der CR-Bericht als zentrales Kommunikationsmedium: Wir legen unseren internen als auch externen Anspruchsgruppen offen, welche Fortschritte wir zwischen März 2011 und Februar 2012 auf diesem Weg erreicht haben und welche Ziele wir uns für die Zukunft setzen.

Weitere Quellen zu CR-relevanten Inhalten.

Neben dem vorliegenden CR-Online-Bericht 2011 stellen wir unter anderem im [Geschäftsbericht](#), im [Personalbericht](#) und im [Datenschutzbericht](#) Informationen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zur Verfügung. Auf dem [Verantwortungsportal](#) berichten wir laufend über aktuelle Aktivitäten des Konzerns im Zusammenhang mit CR. Die internationalen Landesgesellschaften geben auf ihren Internet-Portalen und in eigenen Publikationen Auskunft über ihr CR-Engagement.

Um die Komplexität unserer Berichterstattung zu reduzieren, sind an vielen Stellen Verlinkungen mit anderen internen und externen Websites gesetzt. So sind die Informationsangebote der Landesgesellschaften beispielsweise über deren jeweilige [Profilseiten](#) im CR-Bericht 2011 zugänglich.

Berichtszeitraum, Geltungsbereich und Zielgruppen.

Als Konzernbericht schließt der CR-Bericht 2011 viele Landesgesellschaften ein, an denen die Telekom mehrheitlich beteiligt ist. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet. Der vorliegende Bericht knüpft an den CR-Bericht 2010/2011 an. Der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen erstreckt sich vom 1. März 2011 bis zum 29. Februar 2012. Alle quantitativen Daten und Kennzahlen beziehen sich auf das Kalenderjahr 2011. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet. Mit dem vorliegenden CR-Bericht wenden wir uns im Wesentlichen an Analysten und Investoren, CR-Ranking- und Ratingagenturen sowie Nichtregierungsorganisationen. Gleichmaßen wollen wir auch Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Bildung und Politik ansprechen.

Im Rückblick: CR-Berichterstattung der Deutschen Telekom.

Bereits seit 2003 berichtet die Deutsche Telekom über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten: Von 2003 bis einschließlich 2006 veröffentlichte der Konzern jedes Jahr einen kombinierten Personal- und Nachhaltigkeitsbericht. Auf diese Weise konnten wir das gestiegene Informationsbedürfnis unserer Stakeholder  an ökonomischen, ökologischen und sozialen Fragestellungen noch besser befriedigen. Mit einem Zwischenbericht im Jahr 2007 schufen wir den Übergang zur heutigen CR-Berichterstattung. Seit 2008 legt der Telekom Konzern jährlich einen ausführlichen CR-Bericht vor.

Online-Berichterstattung seit 2010.

Um den Anforderungen und Nutzungsgewohnheiten unserer Stakeholder ^[1] besser gerecht zu werden, veröffentlichen wir unseren aktuellen CR-Bericht ebenso wie den vorangegangenen ausschließlich im Internet. Der CR-Online-Bericht 2011 ist seit dem 29. Mai 2012 in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Service-Funktionen wie der Download-Bereich, Such- und Dialogfunktionen sowie interaktive Kennzahlendarstellungen erleichtern die individuelle Nutzung. Neu hinzugekommen ist das Element „Mehr erfahren“. Über ein Drop-down können hier zu vielen Themen Hintergrundinformationen, die über die Darstellung der aktuellen Fortschritte hinausgehen, aufgerufen werden.

Parallel zum vorliegenden Online-Bericht haben wir in diesem Jahr ein E-Paper mit einer Zusammenfassung der wesentlichen Fortschritte im Berichtszeitraum herausgegeben. Die Landesgesellschaften können die Publikation um eine Zusammenfassung ihrer individuellen CR-Aktivitäten erweitern und für ihre eigene CR-Kommunikation nutzen. Mit dem Verzicht auf eine gedruckte Ausgabe schonen wir Ressourcen.

Der nächste CR-Bericht wird im zweiten Quartal 2013 erscheinen.

Auswahl der zentralen Themen für den CR-Bericht 2011.

Zur Auswahl der zentralen Berichtsthemen führten wir im vierten Quartal 2011 einen mehrstufigen Materiality-beziehungsweise Wesentlichkeitsprozess durch. Dieser ist fester Bestandteil unserer jährlichen CR-Berichterstattung. Er ist ein Instrument, um jene Themen zu identifizieren, die für unsere internen und externen Stakeholder ^[1] von größter Relevanz sind.

Struktur des vorliegenden Online-Berichts.

Der CR-Online-Bericht 2011 ist als Fortschrittsbericht konzipiert, in dem der Fokus auf den wesentlichen Entwicklungen im Berichtszeitraum liegt. Über die vertikale Navigationsleiste gelangt der Leser zu den sechs zentralen Kapiteln des Berichts:

- Netze
- Kunden
- Gesellschaft
- Beschäftigte
- Lieferanten
- Klima & Umwelt

Im Gegensatz zum Vorjahr enthält der CR-Bericht 2011 ein eigenes Kapitel „Netze“, das die Themen „Netz- & Infrastrukturausbau“, „Mobilfunk & Gesundheit“ sowie „Umweltfreundliche Netzinfrastruktur“ zusammenfasst. Im Vorjahr waren diese Themen in verschiedenen Kapiteln enthalten. Mit der Zusammenfassung der Themen zu einem eigenständigen Berichtskapitel tragen wir der gestiegenen Bedeutung des Themenkomplexes Rechnung, die sich aus der Materiality-Analyse ergeben hat.

Auf der jeweiligen Kapiteleinstiegsseite sind drei Materiality-Matrizen zu unseren drei CR-Handlungsfeldern abgebildet. Die für das jeweilige Kapitel relevanten Themen sind farblich abgehoben. Die grafische Darstellung (Schriftgröße und Position in der Matrix) ergibt sich aus der Relevanzbewertung durch unsere Stakeholder ^[1].

Ergänzt werden die genannten sechs Kapitel durch drei weitere:

- Im Kapitel „Strategie & Management“ werden die Steuerung der CR-Prozesse und die konzernweite Verankerung der CR-Strategie der Telekom dargestellt.
- Ein Großteil der Landesgesellschaften, deren CR-Aktivitäten in diesem Bericht beschrieben sind, wird auf Profilsseiten dargestellt. Diese sind als Unterseiten des Menüpunkts „Landesgesellschaften“ zu finden.
- Im Kapitel „Kennzahlen“ geben konsolidierte und kommentierte Kennzahlen Aufschluss über unsere Fortschritte in den vergangenen Jahren.

Betriebswirtschaftliche Prüfung.

Ausgewählte Kennzahlen des CR-Berichts 2011 aus Deutschland sowie von den Landesgesellschaften Magyar Telekom, OTE, T-Mobile USA und T-Mobile Netherlands wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen.

Geprüft wurden außerdem folgende Kapitel:

- Strategie & Management
- Lieferanten
- Kennzahlen

Eine Bescheinigung über die betriebswirtschaftliche Prüfung befindet sich unter dem Menüpunkt Prüfbescheinigung.

Alle geprüften Inhalte dieses Berichts sind mit  gekennzeichnet und haben unverändert Bestand bis zur Veröffentlichung des nächsten CR-Berichts.

Umsetzung internationaler Reporting-Standards.

Der CR-Bericht 2011 der Telekom erfüllt die geltenden Leitlinien (G3) der Global Reporting Initiative (GRI) in vollem Umfang. Dies gilt auch für das auf Unternehmen der Telekommunikationsbranche anzuwendende „GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche“ in seiner Pilotversion aus dem Jahr 2003. Die Übereinstimmung mit beiden Anforderungskatalogen wurde von der GRI geprüft, die hierfür das höchste Application Level „A+“ vergab.

Der vorliegende CR-Bericht 2011 dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP ) der Telekom im Rahmen des Global Compact  der Vereinten Nationen. Einen Überblick über konkrete Maßnahmen zur Verwirklichung der Global- Compact-Prinzipien bietet der Global-Compact-Fortschrittsbericht.



Neue CR-App „We care“.

Ergänzend zum Online-CR-Bericht der Telekom entwickelten wir im Berichtszeitraum die CR-Applikation „We care“ für die Smartphone-Betriebssysteme Google Android  und Apple iOS  sowie Tablets. Mit einer interaktiven Darstellung unseres CR-Engagements führt die App  in die große Bandbreite  des Themas ein – einfach und spielerisch, aber auch selbstkritisch. Verweise an geeigneten Stellen verbinden die App  mit dem CR-Bericht. Mit dieser innovativen Ergänzung wollen wir eine breite Zielgruppe für das Thema unternehmerische Verantwortung begeistern.

Mitarbeiter malen für den Klimaschutz.

Ende Januar 2012 forderte die Telekom ihre Mitarbeiter auf, auf künstlerische Art und Weise zu zeigen, was sie selbst oder die Telekom für den Klima- und Umweltschutz tun. Ziel der Aktion war es, die Beschäftigten aktiv in die Berichterstattung einzubinden und die Auseinandersetzung mit dem Thema Klima- und Umweltschutz zu erhöhen. Insgesamt wurden 55 Kunstwerke von 40 Mitarbeitern eingereicht. Alle Beiträge sind in einer digitalen Bildergalerie im Rahmen des CR-Berichts 2011 ausgestellt.

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden.



René Obermann, Vorstandsvorsitzender, Bonn, Deutschland.

Sehr geehrte Damen und Herren,

viele Entscheidungen in Politik und Wirtschaft müssen schnell getroffen werden und zielen auf die nahe Zukunft. Wir dürfen dabei aber nicht den Blick auf langfristige Herausforderungen verlieren – beispielsweise die Energiewende, die von der deutschen Politik beschlossen wurde. Bis dieses Ziel erreicht ist, ist noch viel zu tun. Es sind längst nicht alle Voraussetzungen für das Gelingen der Energiewende geschaffen, auch wenn viele deutsche Unternehmen mit guten Lösungen bereitstehen.

Die Deutsche Telekom bietet eine intelligente Steuerung für moderne Stromnetze. Diese Steuerung verbindet Verbraucher und Erzeuger miteinander, damit Strom verbrauchsorientiert produziert und verteilt werden kann. Intelligente Stromzähler helfen bei der Vernetzung von vielen, dezentralen Energieerzeugern zu einem virtuellen, zentralen Kraftwerk. So können Stromproduzenten wirtschaftlich auf dezentrale Produktion und erneuerbare Energien umsteigen.

Ebenso müssen wir uns den gesellschaftspolitischen Herausforderungen stellen. Nehmen wir hier als Beispiel den demografischen Wandel: Großunternehmen wie die Telekom benötigen den richtigen Mix an Mitarbeitern: bewährte Kolleginnen und Kollegen mit Erfahrung und junge Kolleginnen und Kollegen, die sich ganz selbstverständlich in der digitalen Welt bewegen. Demografischer Wandel bedeutet für uns als wirtschaftlich agierendes Unternehmen aber auch, dass wir Produkte und Lösungen für den Gesundheits- und Pflegebereich entwickeln und zur Marktreife bringen. Wir wollen uns noch stärker engagieren, damit Patienten möglichst lange selbstbestimmt leben können – auch dank neuer innovativer Produkte der Telekom.

Leben und Arbeit verändern sich sehr stark durch die zunehmende Vernetzung: Für Unternehmen kann mobiles Arbeiten eine gesteigerte Kosteneffizienz und für die Beschäftigten gleichzeitig ein Gewinn an Lebensqualität

bedeuten. Im Blick auf diese zunehmende Vernetzung, ist es auch unser Anliegen darauf zu achten, dass möglichst viele Menschen daran teilhaben. Aus diesem Grund werden wir auch in Zukunft weiterhin für die Stärkung der Medienkompetenz, für Schutzfilter für Kinder und Jugendliche beim Internet-Surfen und für Internet-Seminare für Senioren und Migranten eintreten.

Seit Gründung des „Global Compact “ im Jahr 2000 bekennen wir uns zu den Prinzipien dieser Initiative der Vereinten Nationen, etwa zu Menschenrechten, Klimaschutz und Korruptionsbekämpfung. Seit Januar 2011 sind wir als einziges deutsches Unternehmen im LEAD Steering Committee des UN Global Compact  aktiv.

In unserem CR-Bericht informieren wir Sie über den Fortschritt unseres unternehmerischen Engagements. Einen guten Überblick über unsere Corporate Responsibility gibt auch unsere neue Applikation „We care“. Auf sehr spielerische und intuitive Art zeigen wir dort unsere Vielfalt im Engagement.

Viel Spaß beim Lesen!

Bonn, im Mai 2012

Ihr

René Obermann

Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG

Konzernporträt.

Mit rund 129 Millionen Mobilfunk-Kunden, 34 Millionen Festnetz- und knapp 17 Millionen Breitband-Anschlüssen in rund 50 Ländern zählt die Deutsche Telekom zu den weltweit führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen. Privatkunden sowie Groß- und Geschäftskunden bieten wir ein breites Portfolio an Produkten und Diensten in den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-TV sowie weitere innovative Lösungen für Vernetztes Leben und Arbeiten. Im Geschäftsjahr 2011 haben wir mit weltweit rund 235 000 Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von 58,7 Milliarden Euro erwirtschaftet.

Der Konzern bekennt sich ausdrücklich zu seiner unternehmerischen Verantwortung und legt seinem geschäftlichen Handeln sowohl wirtschaftliche als auch soziale und ökologische Kriterien zugrunde. Im Einklang mit dem Ziel, internationaler Marktführer für Vernetztes Leben und Arbeiten zu werden, steht weiterhin die Vision, eine Vorreiterrolle im Bereich Corporate Responsibility (CR) zu übernehmen.

Konzernstruktur und operative Segmente.

Die Organisations- und Managementstruktur der Telekom umfasst die operativen Segmente Deutschland, Europa, USA, das Systemgeschäft sowie den Bereich Konzernzentrale & Shared Services .

Auf einen Blick: Organisationsstruktur



- **Deutschland:** Das operative Segment Deutschland umfasst alle Aktivitäten des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts in Deutschland sowie Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente im Konzern. Die anhaltende Nachfrage nach Breitbandprodukten in Festnetz und Mobilfunk hat zu einem Umsatzwachstum in diesen Bereichen geführt. Diese positive Entwicklung reichte jedoch nicht aus, um negative Umsatzeffekte vor allem durch die rückläufige Sprachtelefonie zu kompensieren. Gegenüber dem Vorjahr verringerte sich der Umsatz des Segments so um 4,4 Prozent auf 24,0 Milliarden Euro.
- **Europa:** Das operative Segment Europa umfasst die Festnetz- und Mobilfunk-Aktivitäten der Landesgesellschaften in Griechenland, Rumänien, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik, Kroatien, den Niederlanden, der Slowakei, Österreich, Bulgarien, Albanien, EJR Mazedonien und Montenegro sowie des Joint Ventures in Großbritannien. Auch der Bereich International Carrier Sales & Solutions, der vor allem Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente im Konzern erbringt, zählt zum operativen Segment Europa. Intensiver Wettbewerb, weiter sinkende Endkundenpreise und starke staatliche und regulatorische Einflüsse wirkten negativ auf das Geschäft in den Ländern des Segments Europa und belasteten den Gesamtumsatz. Umsatzzuwächse sind im Festnetz-Geschäft und hier insbesondere im Bereich Breitband/TV zu verzeichnen. Ferner wirkte sich ein deutliches Wachstum bei den Datenumsätzen im Mobilfunk-Geschäft positiv aus.
- **USA:** Das operative Segment USA umfasst sämtliche Mobilfunk-Aktivitäten auf dem US-amerikanischen Markt.

Trotz der schwierigen Marktsituation, unter anderem geprägt von der ursprünglich geplanten Transaktion mit AT&T und zunehmender Wettbewerbsintensität, sank der Gesamtumsatz nur um 3,3 Prozent. Der durch rückläufige Zahlen bei den Endkunden bedingte Umsatzrückgang konnte teilweise durch das starke Wachstum des Datenumsatzes mit Kunden, die Smartphones inklusive mobiler Breitband-Datentarife nutzen, ausgeglichen werden.

- **Systemgeschäft:** T-Systems bietet individuelle ICT-Lösungen für Großkunden. Dafür betreibt das Unternehmen weltweit Netze und Rechenzentren. Trotz einer insgesamt rückläufigen Preisentwicklung im ICT-Geschäft konnte T-Systems den Gesamtumsatz gegenüber dem Vorjahr um 2,1 Prozent steigern.

Konzernzentrale & Shared Services .

Die Konzernzentrale & Shared Services  umfassen alle Konzerneinheiten, die nicht direkt einem der operativen Segmente zugeordnet sind. Dieser Bereich übernimmt für den Konzern strategische und segmentübergreifende Steuerungsaufgaben sowie operative Aufgaben, die nicht zum unmittelbaren Kerngeschäft gehören. Zu den Shared Services  zählen beispielsweise das Immobilienmanagement, das Fuhrparkmanagement DeTeFleetServices GmbH sowie der Personaldienstleister Vivento. Die Shared Services  erbringen ihre Leistungen schwerpunktmäßig in Deutschland.

Unternehmenstransaktionen im Berichtszeitraum. .

- **OTE:** Nach der Übertragung weiterer 10 Prozent der Aktien der griechischen OTE an die Telekom am 11. Juli 2011 hält die Hellenische Republik insgesamt – direkt und indirekt – rund 10 Prozent der Anteile und die Deutsche Telekom nun rund 40 Prozent. Der Kaufpreis für die rund 49 Millionen OTE-Aktien lag bei 0,4 Milliarden Euro.
- **Einkaufs-Joint-Venture mit France Télécom-Orange.** Am 7. Oktober 2011 startete unsere Einkaufskooperation BUYIN mit France Télécom-Orange. In einem 50/50-Joint Venture haben wir Beschaffungsaktivitäten in den Bereichen Endgeräte, Mobilfunknetze, Festnetz-Ausrüstung und Service-Plattformen zusammengeführt. Beide Unternehmen planen zudem Pilotprojekte im Bereich IT-Infrastruktur und in anderen IT-Bereichen, um auch diese in das Joint Venture einzubringen.
- **PTC führt Marke T-Mobile ein.** Die polnische Landesgesellschaft PTC hat im Juni 2011 erfolgreich die Marke „T-Mobile“ im polnischen Markt eingeführt. PTC tritt seitdem unter dem Begriff „T-Mobile“ auf und nutzt als offizielles Logo das „T“. Damit hat sich PTC in die Markenstrategie des Konzerns eingegliedert.
- **Engagement in Bratislava verstärkt.** Nach und nach wird die Deutsche Telekom Shared Services  s.r.o. im slowakischen Bratislava die Finanz- und Buchhaltungsaufgaben aller unserer europäischen Töchter übernehmen. Die entsprechenden Prozesse werden in den nächsten Jahren in Bratislava gebündelt. Bis Ende 2015 wollen wir mehr als 500 zusätzliche Arbeitsplätze in Bratislava schaffen.
- **OTE S.A. verkauft Anteil an Telekom Srbija a.d.** OTE S.A. und Telekom Srbija unterzeichneten einen Kaufvertrag, mit dem die OTE ihren 20-prozentigen Anteil vollständig an das serbische Unternehmen zurückverkauft. Ihr Wert beträgt 380 Millionen Euro.

Geschäftsentwicklung im Jahr 2011. .

Die Deutsche Telekom erzielte einen Gesamtumsatz von 58,7 Milliarden Euro, das sind 3,8 Milliarden Euro weniger als im Vorjahr. Dieser Vergleich wird allerdings durch negative Wechselkurseffekte sowie die bereits im Vorjahr erfolgte Entkonsolidierung von T-Mobile UK erheblich beeinflusst. Während das operative Segment Systemgeschäft seinen Umsatz steigern konnte, mussten alle anderen operativen Segmente Umsatzrückgänge hinnehmen.

Die für die Geschäftsjahre 2010 bis 2012 kommunizierte Ausschüttungspolitik konnten wir durch eine Dividendenzahlung von 0,70 Euro je Aktie auch im Jahr 2011 voll erfüllen. Mit Investitionen von 8,3 Milliarden Euro haben wir insbesondere den Breitbandausbau vorangetrieben, in Kapazitätserweiterungen der bestehenden Netze sowie in schnellere Mobilfunknetze investiert.

Bereinigtes EBITDA.

Das im Geschäftsjahr 2011 erzielte, um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA von 18,7 Milliarden Euro bedeutete einen Rückgang von 4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch hier wirkten sich negative Wechselkurseffekte sowie der Wegfall des Beitrags der im Vorjahr entkonsolidierten T-Mobile UK aus. Der erreichte Wert entsprach unserer am Jahresbeginn veröffentlichten Guidance.

Konzernüberschuss.

Der bereinigte Konzernüberschuss der Deutschen Telekom ging 2011 von 3,4 Milliarden Euro auf 2,9 Milliarden Euro zurück. Unbereinigt um Sondereinflüsse betrug der Rückgang 1,1 Milliarden Euro auf 0,6 Milliarden Euro.

Free Cashflow und Nettofinanzverbindlichkeiten.

Mit 6,4 Milliarden Euro lag der Free Cashflow des Konzerns um 0,1 Milliarden Euro unter dem Vorjahresniveau. Damit wurde unser am Jahresanfang veröffentlichter Erwartungswert erreicht.

Die Nettofinanzverbindlichkeiten verringerten sich im Vergleich zum Vorjahr um 2,2 Milliarden Euro auf 40,1 Milliarden Euro.

Ausführliche Informationen zur Geschäftsentwicklung und zu den Finanzdaten der Telekom sind im [Geschäftsbericht 2011](#) veröffentlicht.

Rankings, Ratings & Auszeichnungen.

 Inhalt durch PwC geprüft

Wir freuen uns über die Listung in renommierten Nachhaltigkeitsrankings und -ratings und über zahlreiche Auszeichnungen und Zertifizierungen im Berichtszeitraum. Auch die Landesgesellschaften wurden in den unterschiedlichsten Bereichen für ihr CR-Engagement ausgezeichnet. Eine Übersicht darüber ist auf den jeweiligen Profilseiten der [Landesgesellschaften](#) zu finden.

SRI Rankings und Ratings.



SAM-Rating und Dow Jones Sustainability Indexes: Beim jährlichen Nachhaltigkeitsrating des <u>Unternehmens Sustainable Asset Management (SAM)</u> erreichte die Telekom 2011 die Maximalpunktzahl im Bereich Stakeholder  Management. Das SAM-Rating ist entscheidend für die Aufnahme in den Dow Jones Sustainability Index World und Europe, in denen die Telekom wie in den Vorjahren gelistet ist.	
"Prime"-Rating von oekom Research: Die Ratingagentur <u>oekom research</u> bewertet und vergleicht seit 1993 nationale wie internationale Unternehmen und schafft damit eine Orientierung für nachhaltige Investoren in Europa. Wie in den Vorjahren erhielt die Telekom das Prädikat "Prime".	
"ASPI" und "ESI" von Vigeo . <u>Vigeo</u> ist eine der führenden Ratingagenturen hinsichtlich CR-Analysen in Europa. Zu den SRI-Indexprodukten von Vigeo  gehören die Indizes "ESI" (Ethibel Sustainability Index) und "ASPI" (Advanced Sustainable Performance Indices). Letzterer bezieht sich auf 120 führende "Sustainability Performers" in Europa. Die Telekom war im Jahr 2011, wie in den Vorjahren, in beiden Indizes gelistet. Seit März 2012 ist die Telekom erneut im "ASPI" gelistet.	  
"FTSE4Good Index": Die Aufnahme in den "FTSE4Good  Index" richtet sich nach dem Abschneiden in CR-Ratings der renommierten Ratingagenturen imug & EIRIS. Wie in den Vorjahren wurde die Deutsche Telekom in diesen wichtigen SRI-Index aufgenommen.	
"Carbon Performance Leadership Index": Bis September 2011 war die Telekom im neu aufgelegten "Carbon Performance Leadership Index" gelistet.	
"STOXX Global ESG Leaders Index": Der "STOXX Global ESG  Leaders Index" wurde im Frühjahr 2011 als neues Indexprodukt der Deutschen Börse auf den Markt gebracht. Die Aufnahme in diesen Index hängt vom Abschneiden der Unternehmen im etablierten CR-Rating durch das Unternehmen Sustainalytics ab. Die Telekom ist von Anfang an in diesem neuen Indexprodukt gelistet.	 
<u>Newsweek-Green-Rankings</u>	
"DAXglobal Sarasin Sustainability Germany Index EUR": Der "DAXglobal Sarasin Sustainability Germany Index" wurde im Juli 2007 eingeführt. Es werden die 100 größten und liquidesten deutschen Aktien, nach Free Float – Marktkapitalisierung, gelistet, die gemäß der Sarasin Sustainability Matrix® als nachhaltig eingestuft werden. Im Index befinden sich über 40 DAX-Titel. Die Telekom ist nach wie vor Teil des "Sarasin Investment Universums".	
"MSCI Global Climate": Der "<u>MSCI Global Climate Index</u>" ist ein gleichgewichteter Index, der für Anleger konzipiert ist, die ein globales Portfolio von Unternehmen suchen, die sich stark für die Abschwächung der unmittelbaren und langfristigen Ursachen des Klimawandels engagieren. Wie im Vorjahr war die Telekom 2011 im MSCI Global Climate Index gelistet.	

Netze.	
<u>Platz 1 durch Computer Bild für TelekomCloud</u>	 Testergebnis „gut“ – Platz 1 Ausgabe 2/2012
<u>1. Platz beim Mobilfunk-Test von "CHIP Online"</u>	 Bestes Netz chip.de/netztest2011
<u>1. Platz beim Netztest des Fachmagazins connect</u>	 Heft 12/2011
Auszeichnung durch Leser des Fachmagazins connect: <u>"Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres"</u>	 1. connect Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres 2011
<u>1. Platz im Bereich Internet & Telefon des Fachmagazins connect</u>	 1. connect Internet- & Telefonie- Anbieter des Jahres 2011
<u>1. Platz im Bereich IPTV-Anbieter des Fachmagazins connect</u>	 1. connect IPTV-Anbieter des Jahres 2011
<u>1. Platz im Bereich Virtuelle Telefonanlagen des Fachmagazins connect</u>	 1. connect Virtuelle Telefon- anlagen des Jahres 2011
<u>Stiftung Warentest bescheinigte der Telekom exzellente Netzverfügbarkeit sowie höchste Datenraten und das test-Urteil gut.</u>	 Stiftung Warentest test 1 Telekom ist Testsieger im Test „Deutscher Mobilfunktest“ 06/2011 mit der Gesamtnote „gut“. Note: 2,4 4 Anbieter im Test. Das Telekom Netz zeigt die beste Netzverfügbarkeit und die höchsten Datenraten bei Datendownload im Test.
"Gold SAP Quality Award" 2011 für T-Systems: Als eines von drei deutschen Unternehmen wurde T-Systems 2011 vom Softwareunternehmen SAP mit dem Quality Award in Gold ausgezeichnet. Damit würdigt SAP die herausragende Qualität im Projektmanagement und bei der Umsetzung von Implementierungsprojekten für SAP-Software.	
"CRM Best Practice Award" in Bronze in der Kategorie Einführung: Das Fachmagazin <u>acquisa</u> sowie der Veranstalter der Kundenbeziehungsmesse <u>CRM-expo</u> zeichneten T-Systems 2011 mit dem "Best Practice Award" in Bronze in der Kategorie Einführung aus. Gewürdigt wurde die zügige Einführung einer länderübergreifenden technischen Lösung zur Unterstützung des Sales-, Marketing- und Beschwerdemanagementprozesses.	 CRM Best Practice AWARD Bestes Kundenmanagement 2011

Kunden.	
<u>"GWA EFFIE Award Bronze" 2011 für die Nachhaltigkeitskampagne "Große Veränderungen fangen klein an"</u>	
<u>"Deutscher PR-Preis" als kreativste und innovativste PR-Kampagne für eEtiquette</u>	
<u>"Gottfried Wilhelm Leibniz-Preis" der Deutschen Forschungsgemeinschaft und "Berliner Wissenschaftspreis" 2011 für Professorin Anja Feldmann (T-Labs )</u>	
<u>"Johann-Philipp-Reis-Preis" (Fachgebiet Nachrichtentechnik) für Professor Alexander Raake (T-Labs )</u>	
<u>Auszeichnung "Sicheres Cloud Computing für Mittelstand und öffentlichen Sektor – Trusted Cloud"</u>	
<u>TÜV-Siegel "Geprüfter Online Dienst" für TelekomCloud</u>	

Gesellschaft.	
<u>Faspo "Internationaler Sponsoring Award" 2011 (Kategorie Public Sponsoring)</u>	
<u>"Goldene Victoria" der Deutschlandstiftung Integration an René Obermann für vorbildliches Engagement für Integration und Diversität:</u> Für sein herausragendes Engagement für Integration zeichnete die <u>Deutschlandstiftung Integration</u> den Vorstandsvorsitzenden René Obermann mit der "Goldenen Victoria für Integration 2011" aus. Damit würdigte sie insbesondere den Einsatz der Telekom für benachteiligte Jugendliche in Projekten wie der "Charta der Vielfalt", "Meine Chance – Ich starte durch" sowie der "Ich kann was!"-Initiative. Die Deutschlandstiftung Integration wurde 2008 vom Verband Deutscher Zeitschriftenverleger gegründet, um die Chancengerechtigkeit für Menschen mit Migrationshintergrund zu fördern. Mit seinem vorbildlichen Engagement für Integration und Diversität habe René Obermann gezeigt, dass ein Weltkonzern wie die Deutsche Telekom sich über das Unternehmen hinaus für die moderne Gesellschaft einsetzt, so die Jury in der Laudatio.	
<u>Sonderpreis "European Change Communications Award" 2011 in der Kategorie Corporate Volunteering </u>	
<u>UN-Dekade "Bildung für nachhaltige Entwicklung" für "Ich kann was!"-Initiative</u>	

Klima und Umwelt.

Umweltpreis ("Umweltschutznadel" der Studien- und Fördergesellschaft der Schleswig-Holsteinischen Wirtschaft e.V.) an Umweltreferentin Freia Siem (TI NL Nord)



Preisträger der "Aachener Initiative für saubere Luft"

Auszeichnung als "Climate Leader" durch Greenpeace



"Bluefleet"-Siegel durch TÜV Rheinland für CO₂-Einsparung



Beschäftigte.

"Initiativpreis Aus- und Weiterbildung" 2011



"Best of Corporate Publishing"-Award in Gold



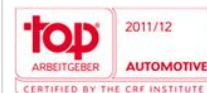
Platz 17 bei IT-Absolventen bei Trendence-Studie



Platz 12 bei Universum-Studie



Platz 3 Top-Arbeitgeber Automotive 2011



Platz 2 Career's Best Recruiter



Platz 1 "HR Social Media Aktivitäten DAX 30 Unternehmen" 2011

Platz 5 "Online Talent Communication"

GRI-Index.

Die CR-Berichterstattung der Telekom orientiert sich an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Der CR-Bericht 2011 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-Bericht die entsprechenden Angaben zu finden sind. Außerdem weist der Index auf Textstellen in weiteren Konzernpublikationen der Telekom hin, die GRI-relevante Informationen enthalten. Der GRI-Index gibt zusätzliche Auskunft darüber, warum die Telekom über einzelne GRI-Indikatoren nicht berichtet.

Zusätzliche Indikatoren, die für das Erlangen des Levels „A+“ nicht notwendig sind, aber dennoch im CR-Bericht 2011 berücksichtigt wurden, werden in grauer Schrift angezeigt.

Profil.

Indikator Verweis

Status

1. Strategie und Analyse

1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers

[Vorwort unseres Vorstandsvorsitzenden](#)

1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen

[Konzernporträt](#)

[Risiko- und Chancenmanagement](#)

[Corporate Governance-Bericht](#)

[Risiko- und Chancen-Management](#)

2. Organisationsprofil

2.1 Name der Organisation

[Konzernporträt](#)

Deutsche Telekom AG

2.2 Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen

[Konzernporträt](#)

2.3 Organisationsstruktur

[Konzernporträt](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstruktur](#)

2.4 Hauptsitz der Organisation

[Konzernporträt](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstruktur](#)

2.5 Länder der Geschäftstätigkeit

Konzernporträt

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstruktur](#)

2.6 Eigentümerstruktur

Konzernporträt

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstruktur](#)

2.7 Märkte

Konzernporträt

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstruktur](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Wirtschaftliches Umfeld](#)

2.8 Größe der Organisation

Konzernporträt

[Geschäftsbericht 2011 > Geschäftsentwicklung des Konzerns](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Entwicklung des Personalbestands](#)

2.9 Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse

Konzernporträt

[Geschäftsbericht 2011 > Das Geschäftsjahr 2011 im Überblick](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Geschäftsentwicklung des Konzerns](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Mitarbeiter](#)

2.10 Preise

[Rankings, Ratings & Auszeichnungen](#)

[Landesgesellschaften](#)

3. Berichtsparemeter

3.1 Berichtszeitraum

[Über diesen Bericht](#)

3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts

[Über diesen Bericht](#)

3.3 Berichtszyklus

[Über diesen Bericht](#)

3.4 Ansprechpartner

[Impressum/ Kontaktformular](#)

Luis Neves

Leiter Corporate Responsibility

Telefon: +80 (0) 0738-122-0

E-Mail: corporate.responsibility@telekom.de

3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts

[Über diesen Bericht](#)

[Stakeholder-Erwartungen](#)

3.6 Berichtsgrenze

[Über diesen Bericht](#)

[Konzernporträt](#)

[Die Stakeholder der Telekom](#)

[Die Themen unserer Stakeholder](#)

3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs

[Über diesen Bericht](#)

3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstruktur](#)

[Standorte und Beteiligungen im Überblick](#)

3.9 Datenerfassung

[Über diesen Bericht](#)

[CR Key Performance Indikatoren](#)

[Prüfbescheinigung](#)

[Kennzahlen](#)

[CR-Governance](#)

Die Telekom verfügt über ein internes Reporting-System sowie über ein Kennzahlenmanagement, das es uns ermöglicht, bei nahezu allen Themenbereichen den gesamten Konzern, das heißt alle Landesgesellschaften und auch alle strategischen Geschäftsfelder, mit einzubinden.

Zur systematischen Sammlung und Verwaltung relevanter Daten für unsere CR-Berichterstattung nutzen wir seit

Anfang 2010 eine CR-Datenbank.

3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten

Sofern Informationen aus vergangenen Berichten im vorliegenden CR-Bericht 2011 in anderer Form dargestellt werden, wird dies an den entsprechenden Stellen vermerkt.

3.11 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden

[Über diesen Bericht](#)
[Kennzahlen](#)

3.12 GRI Content Index

Vorliegend

3.13 Bestätigung durch externe Dritte

[Über diesen Bericht](#)
[Prüfbescheinigung](#)

Neben dem Kapitel "Strategie und Management" ließ die Telekom das Kapitel "Lieferanten" und ausgewählte Kennzahlen aus Deutschland sowie Kennzahlen der Landesgesellschaften Magyar Telekom, OTE, T-Mobile USA und T-Mobile Netherlands durch Wirtschaftsprüfer begutachten.

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

4.1 Führungsstruktur der Organisation

[CR-Governance](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Der Vorstand](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht](#)

4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist

[Geschäftsbericht 2011 > Der Vorstand](#)

4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans

[Geschäftsbericht 2011 > Der Vorstand](#)

4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand

[CR-Governance](#)

Socially Responsible Investment

Internationalisierung des Total Workforce Managements schreitet fort

Geschäftsbericht 2011 > Bericht des Aufsichtsrats

Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht

Personalbericht, S. 61

4.5 Kopplung der Vorstandsvergütung an die Unternehmensleistung

Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht

4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten im Vorstand

Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht

4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen

CR-Governance

4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien

Werte & Leitlinien

CR-Programm

Stakeholder-Einbeziehung

Mobilfunk und Gesundheit

Verbraucherschutz

Klimaschutz

Umweltmanagement

Klimaschonende Mobilität

Lieferanten

Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign

Jugendmedienschutz

4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung

Strategie & Management

Der Bereich CR ist über die Unternehmenskommunikation und den Vorstandsbeauftragten für Nachhaltigkeit und Klimaschutz beim Vorstandsvorsitzenden verankert. Die Steuerung der Nachhaltigkeitsleistung läuft über Zielvorgaben.

4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands

Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht

Der Vorstand der Telekom leitet den Konzern operativ und ist bestrebt, die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens ständig zu verbessern.

4.11 Vorsorgeprinzip

[Compliance](#)

[Risiko- & Chancenmanagement](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht](#)

Ansätze für präventives Handeln bieten bei der Telekom das Risikomanagement, das Compliance Management und die CR KPI.

4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen

[Stakeholder-Einbeziehung](#)

[Netz- & Infrastrukturausbau](#)

[Jugendmedienschutz](#)

[Mobilfunk und Gesundheit](#)

[Verbraucherschutz](#)

[Internationale Zusammenarbeit](#)

[Klimaschutzinitiativen](#)

[Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)

[Umweltmanagement](#)

4.13 Mitgliedschaften

[Stakeholder-Dialoge](#)

[Formate der Einbeziehung](#)

[Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)

[Internationale Zusammenarbeit](#)

[Jugendmedienschutz](#)

4.14 Stakeholdergruppen

[Über diesen Bericht](#)

[Stakeholder-Einbeziehung](#)

4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen

[Über diesen Bericht](#)

[Stakeholder-Einbeziehung](#)

4.16 Einbeziehung von Stakeholdern

[Über diesen Bericht](#)

[Stakeholder-Einbeziehung](#)

Verbraucherpolitischer Dialog gestärkt
Transparenz
Corporate Volunteering
Internationale Zusammenarbeit
Mitarbeiterbeteiligung

4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern

Über diesen Bericht
Stakeholder-Management
Socially Responsible Investment
Politik und Regulierung
Mobilfunk und Gesundheit
Kundenzufriedenheit
Lieferantenmanagement
Mitarbeiterbeteiligung

Ökonomische Leistungsindikatoren.

Managementansatz

[Konzernporträt](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstrategie](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernsteuerung](#)

EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

[Nettowertschöpfung](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Finanzdaten des Konzerns](#)

Die Nettowertschöpfung der Telekom zeigt auf, in welcher Form die Unternehmensleistung an die einzelnen Anspruchsgruppen beispielsweise in Form von Löhnen oder Steuern verteilt wird.

EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels

[CR-Strategie](#)

[Klima & Umwelt](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Corporate Responsibility](#)

EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen

[Betriebliche Altersvorsorge](#)

EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand

2011 hat der Konzern in Deutschland Förderleistungen für Altersteilzeit der Bundesagentur für Arbeit für die Telekom sowie die T-Service-Gesellschaften in Höhe von circa 7,6 Millionen Euro erhalten.

EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn

[Vergütung](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Mitarbeiter](#)

Insbesondere an unseren deutschen Standorten sind die Eintrittsgehälter unserer Mitarbeiter, trotz teilweise notwendiger Anpassungen an das Marktniveau wie zum Beispiel im Zuge der Tarifverhandlungen um Telekom Service, im Branchenvergleich nach wie vor attraktiv.

EC6 Standortbezogene Auswahl von Zulieferern

[Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
[Lieferantenauswahl](#)

Mit rund 2 Milliarden Euro kommen etwa 11 Prozent der von uns direkt beschafften Waren und Dienstleistungen aus Entwicklungs- und Schwellenländern. Noch erheblich höher ist dieser Anteil, wenn indirekte Beschaffungswege mit einbezogen werden. So lassen auch unsere europäischen und nordamerikanischen Lieferanten sowie deren Zulieferer ihrerseits vielfach in Entwicklungs- und Schwellenländern produzieren. Damit leisten wir in vielen Teilen der Welt mindestens indirekt einen wesentlichen Beitrag zur Unterstützung der dortigen Wirtschaft.

EC7 Standortbezogene Personalauswahl

[Regionale Wertschöpfung](#)
[Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
[Geschäftsbericht 2011 > Mitarbeiter](#)

Voraussetzung für kundenorientierte Produkte, Lösungen und Dienstleistungen – und damit für den heutigen und künftigen Geschäftserfolg der Telekom – ist hoch qualifiziertes Personal. Grundsätzlich richtet sich die Personalauswahl bei der Telekom daher weder nach der Nationalität noch nach der Arbeitsplatznähe, sondern nach der Qualifikation der Bewerber. Um als international agierender Konzern einen grenzüberschreitenden Know-how- und Skill-Transfer sowie eine international harmonisierte Personalentwicklung zu ermöglichen, entwickelt Human Resources (HR) im Rahmen der HR-Strategie darauf abgestimmte Strukturen, Prozesse und Maßnahmen.

EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl

[Netz- & Infrastrukturausbau](#)
[engagement@telekom](#)
[Bildungsengagement](#)
[Sponsoring](#)
[Katastrophenhilfe](#)

EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen

[Regionale Wertschöpfung](#)
[Ökonomisch](#)

Ökologische Leistungsindikatoren.

Managementansatz

[CR-Strategie](#)
[CR Key Performance Indikatoren](#)
[CR-Governance](#)
[Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste](#)
[Forschung & Innovation](#)
[Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
[Lieferantenauswahl](#)
[Lieferantenmanagement](#)
[Klimaschutz](#)
[Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
[Umweltmanagement](#)
[Klimaschonende Mobilität](#)
[Geschäftsbericht 2011 > Innovation und Produktentwicklung](#)

EN1 Eingesetzte Materialien

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich, da das Unternehmen nicht selber produziert.

EN2 Recyclingmaterial

[Netzmodernisierung](#)
[Abfallmanagement und Entsorgung](#)

Dieser Indikator ist für die Telekom als Dienstleistungsunternehmen wenig relevant.

EN3 Direkter Primärenergieverbrauch

[Energie](#)
[CO₂-Emissionen](#)

EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch

[Energie](#)
[CO₂-Emissionen](#)

Eine Aufschlüsselung nach erneuerbaren und nicht-erneuerbaren Energien ist für die Telekom nicht relevant, da durch den Erwerb von RECS-Zertifikaten (Renewable Energy Certificate System) der gesamte Strombedarf in

Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen bezogen wird. In fast allen übrigen Ländern entspricht der Anteil an erneuerbaren und nicht-erneuerbaren Energien dem jeweiligen Strommix des Landes.

EN5 Energieeinsparung

Energiemanagement

Klimaschonende Mobilität

Energie

CO₂-Emissionen

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien

Klima- & umweltfreundliche Produkte & Dienste

Lieferantenmanagement

Energiemanagement

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Klimaschonende Mobilität

Energie

CO₂-Emissionen

EN8 Gesamtwasserentnahme

Wasserverbrauch

Der Wasserverbrauch ist nicht an die Leistungserbringung gegenüber den Kunden gekoppelt. Wesentliche Quelle des Wasserverbrauchs ist die öffentliche Trinkwasserversorgung für sanitäre Anlagen und die Bewässerung der Außenanlagen. Weitere Quellen werden nicht genutzt.

EN9 Auswirkung des Wasserverbrauchs

Wesentliche ökologische Auswirkungen unseres Wasserverbrauchs sind uns nicht bekannt.

EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser

Anlagen zur Rückgewinnung von Wasser sind in keiner maßgeblichen Anzahl vorhanden.

EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten

Im Berichtszeitraum haben wir im Rahmen der gesetzlichen Naturschutzregelung Ausgleichsmaßnahmen zur Wiederherstellung von Lebensräumen finanziert.

EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität

Biodiversität

Interne Vorgaben regeln mögliche Auswirkungen auf die Biodiversität, wie zum Beispiel durch die Verlegung von Kabeln oder durch elektromagnetische Felder. Darüber hinaus wirkt sich unsere Geschäftstätigkeit nur indirekt auf die Biodiversität aus. Größeres Einflusspotenzial auf den Schutz der Biodiversität können wir durch unsere Klimaschutzaktivitäten ausüben.

EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume

Biodiversität

Im Berichtszeitraum haben wir im Rahmen der gesetzlichen Naturschutzregelung Ausgleichsmaßnahmen zur Wiederherstellung von Lebensräumen finanziert.

EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität

Biodiversität

Umweltmanagement

EN15 Gefährdete Arten

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

EN16 Treibhausgasemissionen

Energiemanagement

CO₂-Emissionen

EN17 Andere Treibhausgasemissionen

Energiemanagement

CO₂-Emissionen

Die Berechnung von CO₂-Emissionen erfolgt gemäß Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Über die CO₂-Emissionen hinausgehende Angaben (z. B. zu NO_x, SO_x und anderen Luftemissionen) sind uns nicht möglich.

EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen

Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste

Lieferantenmanagement

Klimaschutz

Energiemanagement

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

EN19 Emissionen Ozon abbauender Stoffe



Bei der Telekom handelt es sich nicht um ein produzierendes Unternehmen. Dieser Indikator ist daher für die Telekom nicht wesentlich.

EN20 NO_x, SO_x und andere Luftemissionen



Bei der Telekom handelt es sich nicht um ein produzierendes Unternehmen. Dieser Indikator ist daher für die Telekom nicht wesentlich.

Die Berechnung von CO₂-Emissionen erfolgt gemäß Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Über die CO₂-Emissionen hinausgehende Angaben (z. B. zu NO_x, SO_x und anderen Luftemissionen) sind uns nicht möglich.

EN21 Abwassereinleitung



Wasserverbrauch

Aufgrund der Teilnahme an der öffentlichen Wasserversorgung entspricht die Wasserentnahme nahezu der Abwassereinleitung.

EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode



Umweltmanagement

Netzmodernisierung

EN23 Wesentliche Freisetzungen



Eine Eigenproduktion findet bei der Telekom nicht statt, daher ist dieser Indikator nicht relevant.

EN24 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention



Die Telekom führt keine Abfalltransporte durch, daher ist dieser Indikator nicht wesentlich.

EN25 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität



Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich, da eine direkte Einleitung von Wasser nicht stattfindet.

EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen



Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign

Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Handy- & Telefon-Rücknahme

Energie

CO₂-Emissionen

EN27 Verpackungsmaterial

In Deutschland nimmt die Telekom gemäß der Verpackungsverordnung 100 Prozent der Verpackungen zurück. An den ausländischen Standorten ist der Umgang mit Verpackungsmaterial von den gesetzlichen Regelungen vor Ort abhängig. Eine vollständige Darstellung ist an dieser Stelle daher nicht möglich.

EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen

Geschäftsbericht 2011

Seit Ende Juni 2009 haben wir ein Dachzertifikat nach ISO 14001 ^[1]. So stellen wir konzernweit sicher, dass es zu keinen Umweltverstößen kommt. Im Berichtszeitraum wurden keine maßgeblichen Umweltverstöße bekannt.

EN29 Auswirkungen des Transports

Klimaschonende Mobilität

Mobilität

Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste

Energie

CO₂-Emissionen

Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst.

EN30 Ausgaben für den Umweltschutz

Energiemanagement

Im Berichtszeitraum wurden Treibhausgasemissionen in Höhe von insgesamt 12 126 Tonnen CO₂-Äquivalenten kompensiert.

Weitere Umweltschutzausgaben und -investitionen werden derzeit nicht zentral erhoben.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung

Managementansatz

Wettbewerbsfähige Belegschaft

[Personalbericht, S. 26 ff.](#)

Gesundheitsmanagement

[Personalbericht, S. 26 ff.](#)

Aus- und Weiterbildung

[Personalbericht, S. 26 ff.](#)

Diversity

[Personalbericht, S. 26 ff.](#)

LA1 Eingesetzte Materialien

[Mitarbeiterzahlen](#)

[Personalbericht, S. 26 ff.](#)

LA2 Mitarbeiterfluktuation

[Mitarbeiterzahlen](#)

[Personalbericht, S. 39](#)

LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte

[Betriebliche Altersvorsorge](#)

[Geschäftsbericht 2011](#)

LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen

[Personalbericht, S. 32 f.](#)

Die Telekom hat in Deutschland die Beschäftigungskonditionen für ihre Mitarbeiter im Wesentlichen kollektivrechtlich mit dem jeweiligen Sozialpartner vereinbart. Ausnahmen bestehen hier für die leitenden Angestellten und wenige kleine, untarifizierte Gesellschaften. International orientiert sich die Telekom an der Mitbestimmungskultur des jeweiligen Landes, sodass in den einzelnen internationalen Konzerngesellschaften eine differente Landschaft an kollektivrechtlichen Vereinbarungen vorliegt. Die Verantwortung für die Verhandlung und den Abschluss kollektivrechtlicher Vereinbarungen liegt beim Management der jeweiligen Landesgesellschaft.

Im Jahr 2011 waren von 121 600 festangestellten Mitarbeitern rund 79 900 als tariflich eingruppiert ausgewiesen. Das entspricht einem relativen Anteil von 66 Prozent.

LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen

Personalbericht, S. 61, S. 32 f.

Bei wesentlichen betrieblichen Veränderungen werden die Betriebsratsgremien gemäß geltenden Rechtsnormen, wie zum Beispiel dem Betriebsverfassungsgesetz, informiert und entsprechend eingebunden.

Es findet ein regelmäßiger Austausch mit der Arbeitnehmervertretung sowohl auf nationaler als auch internationaler Ebene statt. Auf Konzernebene haben wir im Jahr 2010 den Bereich Global Employee Relations Management (ERM) eingerichtet. Er gibt Orientierung und fördert den Erfahrungsaustausch zur Gestaltung der vielfältigen Mitarbeiterbeziehungen in den verschiedenen Ländern. Er ist zudem zentraler Ansprechpartner für alle internationalen Arbeitnehmer- und Arbeitgebergremien sowie Gewerkschaften.

LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter

Die Telekom verfügt über unterschiedliche betriebliche Ausschüsse zur Arbeitssicherheit, in denen auch Arbeitnehmer- und Arbeitgebervertreter eingebunden sind.

LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle

Mitarbeitergesundheit

Personalbericht, S. 34 f.

LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten

Gesundheitsmanagement

Personalbericht, S. 34

Mit einheitlichen Unternehmensstandards und Leitlinien haben wir das wichtige Thema Gesundheitsmanagement bereits 2007 im Unternehmen und in den Führungsstrukturen fest verankert. Im Rahmen unseres Gesundheitsmanagements können Mitarbeiter auf Beratungs- und Schulungsangebote sowie auf medizinische Vorsorgeuntersuchungen zurückgreifen.

LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften

Bei Verhandlungen mit den Sozialpartnern werden unter anderem auch Arbeitsschutzthemen behandelt.

LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

2011 wurden unsere Mitarbeiter durchschnittlich 36 Stunden aus- beziehungsweise weitergebildet. Eine Unterscheidung nach Mitarbeiterkategorien ist für die Telekom nicht relevant, da die Aus- und Weiterbildungsangebote allen Mitarbeitern gleichermaßen offenstehen.

LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen

Talent Agenda

Personal- & Organisationsumbau

Personalbericht, S. 51 f.

LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern

Personalentwicklung

Kulturwandel

Personalbericht, S. 38

Von 2008 bis 2011 erhielten alle Beschäftigungsgruppen, die dem Zielvereinbarungsprozess unterliegen, ein variables Entgelt auch auf Grundlage der Service-Leistung. Bei allen leitenden Angestellten sind Service-Ziele Teil der mittel- bis langfristigen, ebenfalls entgeltrelevanten Ziele (Variable). Seit 2012 erhalten die Mitarbeiter in für Service relevanten Funktionen das variable Entgelt auf Grundlage der Service-Leistung.

Prozentsatz der Mitarbeiter, die regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten:

Leistungsbeurteilung

für alle Mitarbeiter = 81,5 Prozent

für leitende Angestellte = 100 Prozent

für außertarifliche Mitarbeiter = 84,4 Prozent

Entwicklungsplanung

für alle Mitarbeiter = 85,4 Prozent

für leitende Angestellte = noch nicht verfügbar

für außertarifliche Mitarbeiter = 78,4 Prozent; aufgrund Neueinführung für diese Zielgruppe

LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien

Diversity

Geschäftsbericht 2011

Personalbericht, S. 52 ff.

LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht

Vergütung

Im Einklang mit unserer konzernweit verankerten Diversity Policy erfolgt die Vergütung bei der Telekom geschlechtsunabhängig.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Managementansatz

Werte & Leitlinien

HR1 Investitionsvereinbarungen

[Verpflichtende Normenkataloge](#)
[Lieferantenmanagement](#)
[Social Audits](#)

HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen

[27 Social Audits im Jahr 2011](#)
[CR KPI Nachhaltiger Einkauf](#)

HR3 Schulungen zu Menschenrechten

[Compliance](#)
[Lieferantenauswahl](#)

Im Rahmen der nachhaltigen Beschaffungsstrategie gibt es Schulungen für Einkäufer sowie gemeinsame Workshops mit Lieferanten. Außerdem werden mit dem neuen E-Learning-Tool im Bereich CR einer breiten Mitarbeiterschaft CR und damit auch Menschenrechtsfragen nähergebracht.

Auch im Bereich Compliance Management stehen allen unseren Mitarbeitern E-Learnings (elektronische Schulungen) im Intranet zur Verfügung. Ergänzt wird das Angebot durch risikospezifische Präsenztrainings. Quantitative Angaben zu diesem Indikator sind derzeit nicht verfügbar, da die Schulungen zu einem großen Teil intranetbasiert im Selbststudium in Anspruch genommen werden.

HR4 Vorfälle von Diskriminierung

Im Berichtszeitraum gab es keinen bestätigten Diskriminierungsfall.

Neben dem Code of Conduct verbietet auch die konzernweit geltende Diversity Policy die Diskriminierung aufgrund von Geschlecht, Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, religiöser Glaubensprägung und sexueller Orientierung. Für den Fall, dass es trotz der vorliegenden standardisierten Prozesse zu Diskriminierungen kommen sollte, wurde das Portal „Tell me!“ als „Eingangstor“ für Hinweise auf Verstöße gegen den Kodex eingerichtet.

HR5 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen

Uns sind keine Vorfälle dieser Art bekannt.

Die Deutsche Telekom anerkennt das Grundrecht auf Vereinigungsfreiheit sowie das Recht auf Kollektivverhandlungen im Rahmen nationaler Regelungen und bestehender Vereinbarungen. Diese Grundsätze sind als wesentlicher Teil der Sozialcharta  für den gesamten Konzern bindend und jährlich von den

Konzernunternehmen schriftlich zu bestätigen.

Mitarbeiterbeziehung

HR6 Kinderarbeit

Auditergebnisse 2011

Arbeit und Ethik

Risiken bezüglich Kinderarbeit begegnen wir durch Auditierung von ausgewählten strategischen und besonders risikobehafteten Lieferanten.

HR7 Zwangsarbeit

Auditergebnisse 2011

Arbeit und Ethik

Risiken bezüglich Zwangsarbeit begegnen wir durch Auditierung von ausgewählten strategischen und besonders risikobehafteten Lieferanten.

HR8 Schulung des Sicherheitspersonals

Als international agierender Konzern bestehen wir weltweit in allen Unternehmen und bei unseren Lieferanten darauf, dass sie anerkannte internationale Sozialstandards einhalten.

Dazu haben wir uns mit unserer Sozialcharta ^[1] verpflichtet. Sie ist auch Teil des Verhaltenskodex der Telekom. Die Einhaltung überprüfen wir jährlich durch Audits in Form von Entsprechenserklärungen der Geschäftsführungen der jeweiligen Konzerneinheiten.

HR9 Verletzung der Rechte von Ureinwohnern

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft

Managementansatz

CR-Strategie

Stakeholder-Einbeziehung

Compliance

Datenschutz

Politik & Regulierung

SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen

Stakeholder-Einbeziehung

Risiko- & Chancenmanagement

Mobilfunk & Gesundheit

Die Telekom betreibt ein ganzheitliches Risiko- und Chancenmanagementsystem zur konsequenten Nutzung ihrer Chancen, ohne die damit verbundenen Risiken außer Acht zu lassen. Dabei werden neben rechtlichen und wirtschaftlichen auch soziale und ökologische Risiken berücksichtigt.

Im Rahmen ihres Risikomanagements verfolgt die Telekom das Ziel, Unsicherheiten in der Bevölkerung sowohl bei Beginn als auch bei Beendigung einer Geschäftstätigkeit durch eine sachliche, wissenschaftlich fundierte und transparente Informationspolitik abzubauen.

So ist die Telekom das einzige Unternehmen weltweit, das für seine Mobilfunk-Gesellschaft über eine internationale Richtlinie zu elektromagnetischen Feldern (EMF) verfügt, in der konkrete Mindeststandards für Informationsmaßnahmen, Transparenz, Partizipation und Forschungsförderung gesetzt sind.

SO2 Korruptionsrisiken

Die systematische Vorbeugung von Wirtschaftskriminalität hat bei der Telekom oberste Priorität. Unsere Verpflichtung zu regelkonformem Verhalten gilt daher für den gesamten Konzern, in allen Ländern, für jeden Mitarbeiter. Auftretende Betrugsrisiken werden systematisch analysiert, aufgetretene Fälle werden dokumentiert. Im Berichtszeitraum wurde bei 97 von 238 voll konsolidierten Gesellschaften ein Compliance Risk Assessment durchgeführt, bei dem insbesondere auch Korruptionsrisiken betrachtet werden. Dies entspricht einer Quote von 40,76 Prozent. Zu berücksichtigen ist, dass sich die Quote auf die Anzahl aller Gesellschaften bezieht. Viele der nicht berücksichtigten Gesellschaften sind allerdings nicht operativ tätig oder sehr klein, sodass die Quote bezogen auf Umsatz oder Mitarbeiterzahl deutlich höher ist.

SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik

Der Compliance-Bereich startete 2008 mit einer konzernweiten Antikorruptionskampagne, die 2009 auch international ausgerollt wurde.

Zielgruppen des Trainings sind alle Konzernvorstände und deren Direct Reports, die oberen Managementebenen aller Konzerngesellschaften und nach Risikogesichtspunkten ausgewählte Fach- und Funktionsbereiche.

In den Trainings berücksichtigen wir die Gesetze und Bestimmungen der einzelnen Länder. In einigen Ländern haben wir bereits Trainer ausgebildet, die den Wissenstransfer innerhalb der Konzerngesellschaften sicherstellen.

Die Datenerfassung erfolgt noch nicht konzernweit, sodass momentan keine Angaben zum Prozentsatz der Angestellten, die in der Antikorruptionspolitik und den Antikorruptionsverfahren geschult wurden, verfügbar sind.

SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen

Compliance

Um in Verdachtsfällen frühzeitig einschreiten zu können, haben wir in allen Organisationseinheiten Kontakte eingerichtet und machen diese auf geeignete Weise bekannt.

Über das Eingangsportal „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.

SO5 Lobbying

[Politik & Regulierung](#)

[Mobilfunk & Gesundheit](#)

SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker

Für die Telekom ist es ein zentrales Anliegen, dass sich ihre Beziehungen zu politischen Entscheidungsträgern durch Transparenz und Vertrauen auszeichnen. Hierzu gehört auch, dass wir die Arbeit politischer Parteien nicht mit Spenden unterstützen.

SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten

[Geschäftsbericht 2011](#)

SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften

[Geschäftsbericht 2011](#)

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung

Managementansatz

[Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign](#)

[Werte & Leitlinien](#)

[Mobilfunk & Gesundheit](#)

[Verbraucherschutz](#)

[Datenschutz](#)

PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer

[Mobilfunk & Gesundheit](#)

[Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste](#)

PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards

[Geschäftsbericht 2011](#)

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße gegen Gesundheitsstandards bekannt.

PR3 Produktinformationen

[Mobilfunk & Gesundheit](#)

[Jugendmedienschutz](#)

[SAR-Werte](#)

PR4 Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen

[Geschäftsbericht 2011](#)

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße gegen Gesundheitsstandards bekannt.

PR5 Kundenzufriedenheit

[Kundenzufriedenheit](#)

PR6 Standards in Bezug auf Werbung

Die Grundlage für unser Engagement beim Schutz unserer Verbraucher bildet unser bereits 2007 verabschiedeter Verhaltenskodex „Code of Conduct“. Er hat auch für sämtliche Vertriebspartner der Telekom Gültigkeit.

Standards für Werbung sind nationalstaatlich, vor allem durch Selbstregulierungen der Werbeindustrie, gestaltet und unterliegen daher im internationalen Vergleich großen Unterschieden. Die Telekom beachtet strikt die Einhaltung sämtlicher gesetzlicher und selbstregulatorischer Regeln der Telekommunikationsbranche an allen Standorten. Dies betrifft insbesondere den Schutz von Kindern und Jugendlichen und die Einhaltung des Datenschutzes. Die Telekom hat sich mit den internationalen Landesgesellschaften wesentlich an der Entwicklung zweier globaler Selbstverpflichtungen der Industrie beteiligt: (a) dem „[GSMA Code of Conduct against Mobile Spam](#)“ von 2006 und (b) dem „[GSMA Mobile Advertising Program](#)“.

PR7 Verstöße gegen Marketingstandards

[Geschäftsbericht 2011](#)

PR8 Verletzung des Schutzes der Kundendaten

[Compliance](#)

[Datenschutz](#)

[Datenschutzbericht](#)

PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben

[Geschäftsbericht 2011](#)

GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche.

Die GRI-Leitlinien umfassen Indikatoren, die für alle Branchen und alle Arten von Organisationen, die eine transparente, vergleichbare und Stakeholder-orientierte CR-Berichterstattung anstreben, in gleicher Weise gelten. Ergänzend dazu sind in spezifischen „Sector Supplements“ Zusatzindikatoren für einzelne Branche festgelegt. Im Folgenden berichtet die Telekom nach den Indikatoren des GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche in der Pilot Version 1.0 aus dem Jahr 2003.

Betriebliche Abläufe

Investitionen

IO1 Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen

Netz- & Infrastrukturausbau

IO2 Kosten für Ausweitung nicht-profitabler Dienstleistungen auf abgelegene Regionen und Gruppen mit geringen Einkünften; Darstellung gesetzlicher Vorschriften

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

Gesundheit und Sicherheit

IO3 Maßnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personal

Basierend auf den Normen OHSAS 18001 ^[1], DIN ISO EN 14001 wird ein konzernweites Health, Safety and Environmental Managementsystem ausgerollt.

Die direkten Kunden sind die lokalen Geschäftseinheiten, die das ganzheitliche Managementsystem in ihre Strukturen integrieren. Die Mitarbeiter profitieren von dem System, indem durch ein systematisches Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement sowie Qualitäts- und Umweltmanagement die Arbeitsabläufe erleichtert und gesundheitliche Risiken sowie umweltschädliche Faktoren minimiert werden.

Die Kommunikation von Health, Safety und Environment im Unternehmen besteht bis in alle Ebenen.

IO4 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten

Mobilfunk & Gesundheit

Mobilfunk & Gesundheit

IO5 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen

Mobilfunk & Gesundheit

IO6 Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten

Mobilfunk & Gesundheit

www.t-mobile.de > SAR ⁱ-Werte

Infrastruktur

IO7 Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten

Netz- & Infrastrukturausbau

Mobilfunk & Gesundheit

IO8 Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten

Die Telekom schreibt die Anzahl ihrer allein und gemeinsam genutzten Funkstandorte fort. Zukünftig soll die Anzahl von gemeinsam genutzten Standorten weiter erhöht werden.

Bereitstellung von Zugang

Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide ⁱ

PA1 Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten

Netz- & Infrastrukturausbau

PA2 Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren

CR-Strategie

Netz- & Infrastrukturausbau

Medienkompetenz

Barrierefreie Produkte & Dienste

PA3 Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen

Netz- & Infrastrukturausbau

Forschung & Innovation

Netzmodernisierung

PA4 Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen

Netz- und Infrastrukturausbau

PA5 Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden

Barrierefreie Produkte & Dienste

PA6 Programme und Maßnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notfallsituationen

Netz- und Infrastrukturausbau

Zugang zu Inhalten

PA7 Strategien und Maßnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten

Jugendmedienschutz

Die Einhaltung der Menschenrechte ist fester Bestandteil der Unternehmenspolitik der Deutschen Telekom.

Kundenbeziehungen

PA8 Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von EMF- bezogenen Themen in der Öffentlichkeit

Information

Transparenz

Geschäftsbericht 2011

PA9 Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder

Mobilfunk & Gesundheit

Mobilfunk & Gesundheit

PA10 Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife

Verbraucherschutz

PA11 Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung

Kundenkommunikation

Handy- & Telefon-Rücknahme

Technische Anwendungen

Ressourceneffizienz

TA1 Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

Forschung & Innovation

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Energiemanagement

TA2 Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation

Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

Barrierefreie Produkte & Dienste

Forschung & Innovation

TA3 Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

E-Health

TA4 Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten . Produkte und Dienstleistungen und „Lessons Learned“ für die zukünftige Entwicklung

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign

TA5 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte

Geschäftsbericht 2011

Geschäftsbericht 2011

[Startseite](#) > [Über diesen Bericht](#) > [GRI-Index](#) > [GRI-Bestätigungsvermerk](#)

GRI-Bestätigungsvermerk.

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI.

Erklärung als [PDF-Download](#) 



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Deutsche Telekom AG** ihren Bericht „Corporate Responsibility Bericht 2011“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A+ erfüllt.

GRI Anwendungsebenen drücken den Umfang aus, in dem der Inhalt der GRI G3 in der eingereichten Nachhaltigkeitsberichterstattung umgesetzt wurde. Die Prüfung bestätigt, dass die geforderte Auswahl und Anzahl der Angaben für diese Anwendungsebene in der Berichterstattung enthalten ist. Die Prüfung bestätigt außerdem, dass der GRI-Content Index eine gültige Darstellung der vorgeschriebenen Offenlegungen gemäss den GRI G3 Richtlinien aufzeigt.

Anwendungsebenen geben keine Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistungen des Berichterstatters oder der Qualität der im Bericht enthaltenen Informationen wieder.

Amsterdam, 16. Mai 2012



Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



Das „+“ wurde dieser Anwendungsebene hinzugefügt, weil Deutsche Telekom AG für Teile des Berichts/den Bericht eine externe Bestätigung eingeholt hat. GRI akzeptiert dabei die Beurteilung des Berichterstatters selbst bezüglich der Auswahl seines Assurance-Anbieters und des Umfangs des Untersuchungsgegenstandes der externen Bestätigung.

Die Global Reporting Initiative (GRI) ist eine netzwerkbasierende Organisation, die den Weg für die Entwicklung des weltweit meist verwendeten Standards zur Nachhaltigkeitsberichterstattung bereitet hat und sich zu seiner kontinuierlichen Verbesserung und weltweiten Anwendung einsetzt. Die GRI-Leitfaden legen die Prinzipien und Indikatoren fest, die Organisationen zur Messung und Berichterstattung ihrer ökonomischen, ökologischen und sozialen Leistungen verwenden können. www.globalreporting.org

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 26. April 2012. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Global Compact Fortschrittsbericht.

Der vorliegende CR-Bericht dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP ¹) der Deutschen Telekom im Rahmen des Global Compacts der Vereinten Nationen. Die Tabelle verweist auf die Textstellen, an denen wir im vorliegenden CR-Bericht sowie in weiteren Konzernpublikationen über unser Engagement zur Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compacts Auskunft geben.

Die Deutsche Telekom ist Mitinitiatorin des Global Compact ¹ LEAD und ist als einziges deutsches Unternehmen im Lenkungsausschuss der Initiative vertreten.



Prinzip 1: Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte

[Werte & Leitlinien](#)
[Compliance](#)
[Datenschutz](#)
[Politik & Regulierung](#)
[Mobilfunk & Gesundheit](#)
[Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign](#)
[Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
[Gesundheitsmanagement](#)
[Vergütung](#)
[Diversity](#)
[Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
[Lieferantenmanagement](#)
[Mitarbeitergesundheit](#)

[Personalbericht 2011/2012](#) (S. 24 ff., 30 – 35, 53 f.)

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernstrategie](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Konzernsteuerung](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Mitarbeiter](#)

[Geschäftsbericht 2011 > Der Aufsichtsrat der Deutschen Telekom AG 2011](#)

[Datenschutzbericht 2011](#) (S. 9ff.)

Prinzip 2: Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen

Werte & Leitlinien
Compliance
Politik & Regulierung
Mobilfunk & Gesundheit
Wettbewerbsfähige Belegschaft
Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
Lieferantenauswahl
Lieferantenmanagement

Prinzip 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlung

Werte & Leitlinien
Compliance
Politik & Regulierung
Mobilfunk & Gesundheit
Wettbewerbsfähige Belegschaft
Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
Lieferantenauswahl
Lieferantenmanagement

Personalbericht 2011/2012 (S. 24 ff., 32 f., 62)

Prinzip 4: Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit

Werte & Leitlinien
Compliance
Politik & Regulierung
Wettbewerbsfähige Belegschaft
Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
Lieferantenauswahl
Lieferantenmanagement

Geschäftsbericht 2011 > Konzernstrategie
Geschäftsbericht 2011 > Konzernsteuerung

Prinzip 5: Abschaffung der Kinderarbeit

Werte & Leitlinien
Compliance
Politik & Regulierung
Wettbewerbsfähige Belegschaft
Vergütung

Talent Agenda
Diversity
Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
Lieferantenauswahl
Lieferantenmanagement

Prinzip 6: Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

Werte & Leitlinien
Compliance
Wettbewerbsfähige Belegschaft
Vergütung

Personalbericht 2011/2012 (S. 24 ff., 30 – 35, 53 f.)

Geschäftsbericht 2011 > Der Aufsichtsrat der Deutschen Telekom AG 2011

Geschäftsbericht 2011 > Konzernstrategie

Geschäftsbericht 2011 > Konzernsteuerung

Prinzip 7: Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen

CR-Strategie
Key Performance Indikatoren
CR-Governance
Politik & Regulierung
Mobilfunk der zweiten & dritten Generation
Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
Kundenkommunikation
Handy- & Telefonrücknahme
Forschung & Innovation
Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
Konzernweite Regeln für die Rohstoffbeschaffung
Lieferantenauswahl
Lieferantenmanagement
Internationale Zusammenarbeit
Klimaschutz
Umweltmanagement
Klimaschonende Mobilität
Biodiversität
Energie
CO₂-Emissionen

Geschäftsbericht 2011 > Konzernstrategie

Geschäftsbericht 2011 > Konzernsteuerung

Prinzip 8: Ergreifen von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt

Werte & Leitlinien

CR-Strategie

Key Performance Indikatoren

CR-Governance

Politik & Regulierung

Mobilfunk der zweiten & dritten Generation

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

Kundenkommunikation

Handy- & Telefonrücknahme

Forschung & Innovation

Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf

Konzernweite Regeln für die Rohstoffbeschaffung

Lieferantenauswahl

Lieferantenmanagement

Internationale Zusammenarbeit

Klimaschutz

Umweltmanagement

Biodiversität

Ökologisch

SAR-Werte

[Geschäftsbericht 2011 > Innovation und Produktentwicklung](#)

Prinzip 9: Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

CR-Strategie

Key Performance Indikatoren

CR-Governance

Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

Kundenkommunikation

Handy- & Telefonrücknahme

Forschung & Innovation

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Klimaschutz

Umweltmanagement

Klimaschonende Mobilität

Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf

Konzernweite Regeln für die Rohstoffbeschaffung

Lieferantenauswahl
Lieferantenmanagement
Internationale Zusammenarbeit

Geschäftsbericht 2011 > Innovation und Produktentwicklung

Prinzip 10: Eintreten gegen alle Arten der Korruption einschließlich
Erpressung und Korruption

CR-Strategie
Stakeholder-Einbeziehung
Compliance
Risiko- & Chancenmanagement
Datenschutz
Politik & Regulierung
Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
Audit-Ergebnisse 2011

Geschäftsbericht 2011 > Corporate Governance-Bericht

Geschäftsbericht 2011 > Risiko- und Chancen-Management

Prüfbescheinigung.

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung gewissen Sicherheit¹ hinsichtlich der Beachtung der AA1000  AccountAbility Prinzipien (Typ 2-Prüfung) sowie ausgewählter Nachhaltigkeitsinformationen im "Corporate Responsibility Bericht 2011" ("CR-Bericht") der Deutsche Telekom AG, Bonn, ("Gesellschaft") durchgeführt. Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung bezog sich auf ausgewählte einzelne Angaben sowie ausgewählte vollständige deutsche Seiten auf der Konzernwebsite "[Corporate Responsibility Bericht 2011](#)" mit Informationen aus dem Berichtsjahr 2011. Sofern unsere Prüfung die gesamten Inhalte der Seiten abdeckt, werden diese Seiten mit dem Symbol  gekennzeichnet. Einzelne durch uns geprüfte Angaben, wie Daten in der Rubrik "Kennzahlen" werden direkt mit dem Symbol  gekennzeichnet. Nicht Gegenstand des Prüfungsauftrags sind nicht gekennzeichnete Seiten bzw. Daten und Angaben, auf die aus den Webseiten heraus verwiesen oder verlinkt wird.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Es liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft,

- die in dem AccountAbility Principles Standard (2008) definierten Prinzipien "Inclusivity", "Materiality" und "Responsiveness" (die "AA1000  AccountAbility Prinzipien") im Nachhaltigkeitsmanagement zu beachten und
- die Nachhaltigkeitsinformationen im CR-Bericht in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien zu erstellen.

Diese Verantwortung umfasst die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen zur Sicherstellung der Beachtung der AA1000  AccountAbility Prinzipien und zur Erstellung des CR-Berichts unter der Verwendung von Annahmen und Schätzungen für einzelne CR-Angaben, die unter den gegebenen Umständen angemessen sind.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

Unsere Aufgabe ist es, auf der Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeit eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass in allen wesentlichen Belangen

- die von der Gesellschaft eingerichteten Systeme und Prozesse nicht dazu geeignet sind, die AA1000  AccountAbility Prinzipien "Inclusivity", "Materiality" und "Responsiveness" zu beachten, oder
- die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben und Seiten des Corporate Responsibility Bericht 2011 nicht in Übereinstimmung mit den GRI Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind. Diese ausgewählten Angaben befinden sich in der Rubrik "Strategie und Management" und in der Rubrik "Lieferanten" sowie Angaben in der Rubrik "Kennzahlen" des CR-Berichts.

Darüber hinaus wurden wir beauftragt, Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der CR-Berichterstattung auszusprechen.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des AA1000  Assurance Standard (AA1000AS) 2008 und unter ergänzender Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 vorgenommen.

Diese Standards erfordern, dass wir die Berufspflichten einhalten und den Auftrag unter Berücksichtigung des Grundsatzes der Wesentlichkeit so planen und durchführen, dass wir unsere Beurteilungen mit einer gewissen Sicherheit abgeben können, dem Grad an Sicherheit, der von der Deutschen Telekom AG nachgefragt wurde. Wir sind unabhängig im Sinne des Abschnitts 3.2 des AA1000AS (2008). Aufgrund unserer Fachkenntnisse und Erfahrungen mit nicht-finanziellen Beurteilungen, Nachhaltigkeitsmanagement und sozialen und ökologischen Themen verfügen wir über die erforderlichen Kompetenzen zur Durchführung dieser betriebswirtschaftlichen Prüfung.

Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hohen Sicherheit² weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Wir haben Prüfungen auf Ebene der Konzernzentrale, Bonn, sowie auf Ebene ausgewählter Tochtergesellschaften, insbesondere bei T-Mobile USA Inc., Bellevue, Washington (U.S.), OTE A.E, Athen, Griechenland, Magyar Telekom Plc., Budapest, Ungarn und T-Mobile Netherlands BV, Den Haag, Niederlande, durchgeführt. Im Zusammenhang mit der Beachtung der AA1000  AccountAbility Prinzipien haben wir unter anderem die folgenden Prüfungshandlungen durchgeführt:

Befragungen der relevanten Ansprechpartner in den Bereichen "Stakeholder  Engagement & Stakeholder  Dialogue" und "CR-Communications";

- Nachvollzug der relevanten Dokumentation zu den Stakeholderdialogen, weiterer Kommunikation mit Stakeholdern und partizipativen Formaten auf Ebene der Konzernzentrale sowie auf Ebene ausgewählter Landesgesellschaften
- Nachvollzug der relevanten Dokumentation zur Ermittlung und Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen und CR-Handlungsfeldern sowie identifizierter Stakeholdererwartungen auf Ebene der Konzernzentrale sowie auf Ebene ausgewählter Landesgesellschaften;
- Befragung ausgewählter Fachbereiche und Einholen von Nachweisen zu stichprobenhaft ausgewählten Projekten mit Nachhaltigkeits- und Stakeholdermanagementbezug, welche die Berücksichtigung der AA1000 -AccountAbility-Prinzipien in der Organisation zusätzlich belegen.

Im Zusammenhang mit den mit gekennzeichneten Nachhaltigkeitsinformationen im CR-Bericht haben wir unter anderem die folgenden Prüfungshandlungen durchgeführt:

- Befragungen von für das Reporting von Nachhaltigkeitsinformationen zuständigen Mitarbeitern;
- Aufnahme der Verfahren zur Erfassung, Berechnung und Berichterstattung von Nachhaltigkeitsinformationen;
- Funktionsprüfung der wesentlichen Kontrollen zur Datenqualitätssicherung;
- Stichprobenhafte Einholung von Nachweisen über die Richtigkeit der mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben, u.a. durch Einsichtnahme in interne Dokumente, in interne Protokolle, Berichte von externen Dienstleistern.
- Analytische Beurteilung ausgewählter Nachhaltigkeitsdaten.

Wesentliche Feststellungen und Urteile

Feststellungen hinsichtlich des AA1000  AccountAbility Prinzips **"Inclusivity"**:

- Das Stakeholdermanagement wird auf Konzernebene durch die zentrale Funktion "Stakeholder  Engagement & Stakeholder  Dialogue" im Rahmen des Corporate Responsibility-Bereichs gesteuert. In diesem Bereich wurde das Projekt "Stakeholder-Engagement-Strategie" aufgesetzt, mit welchem das Ziel verfolgt wird, die Beziehungen des Unternehmens mit seinen Stakeholdern zielgerichtet zu gestalten und ein Stakeholdermanagementsystem und -Engagement konzernweit systematisch zu implementieren und umzusetzen.
- Die Prinzipien des Stakeholder  Engagements der Deutschen Telekom AG sind in Übereinstimmung mit den AA 1000-AccountAbility-Prinzipen definiert worden.
- Es konnte nachvollzogen werden, dass die Deutsche Telekom Prozesse eingerichtet hat, welche dem Austausch mit Stakeholdern dienen und die Einbindung von Stakeholdern in Entscheidungsprozesse unterstützen. Auf Ebenen ausgewählter Fachbereiche werden Stakeholder  in Projekte aktiv einbezogen.
- International wird die Einbeziehung von Stakeholdern auf Ebene der Landesgesellschaften organisiert. Dies erfolgt in Abstimmung mit den Zentralfunktionen auf Konzernebene. Es konnte nachvollzogen werden, dass auf Ebene der ausgewählten Tochtergesellschaften Stakeholder  regelmäßig einbezogen werden (z.B. durch Stakeholderdialogtage). Ein internationaler Roll-out der Stakeholder-Engagement-Strategie ist zum Zeitpunkt der Prüfung noch nicht abschließend erfolgt, wurde jedoch im Prüfungszeitraum angestoßen.

Feststellungen hinsichtlich des AA1000  AccountAbility Prinzips **"Materiality"**:

- Im Rahmen des Materiality-Prozesses werden wesentliche CR-Themen unter Einbindung interner und externer Stakeholder  systematisch ermittelt und in den Wesentlichkeitsmatrizen des CR-Berichts der Deutschen Telekom AG dargestellt. Im Rahmen des Materiality-Prozesses sind Themen zu den drei Handlungsfeldern der Deutschen Telekom AG bewertet worden. Die drei Handlungsfelder stellen wesentliche Säulen der CR-Strategie dar, welche in direktem Zusammenhang mit dem Kerngeschäft der Deutschen Telekom stehen.
- Im Rahmen der zentralen Stakeholdereinbeziehung werden Erwartungen von einzelnen Stakeholdergruppen zielgerichtet aufgenommen, bewertet und können somit innerhalb der CR-Berichterstattung, der weiteren CR-Kommunikation und der strategischen Ausrichtung des CR-Bereichs berücksichtigt werden.
- Es wurde durch die Internationalisierung des Materiality-Prozesses begonnen die Identifizierung der wesentlichen CR Themen in den einzelnen Landesgesellschaften zu vereinheitlichen.

Feststellungen hinsichtlich des AA1000  AccountAbility Prinzips **"Responsiveness"**:

- Die von uns stichprobenhaft durchgeführten Befragungen und eingeholten Nachweise belegen, dass Reaktionsprozesse auf Stakeholderanfragen angemessen stattfinden.
- Es konnte festgestellt werden, dass mit den Prinzipien der GRI (Global Reporting Initiative) geeignete Leitlinien zur CR-Berichterstattung verwendet werden.
- Die Kommunikation mit Stakeholdergruppen erfolgt über verschiedene Kommunikationskanäle und ist thematisch ausgewogen.

Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die von der Gesellschaft eingerichteten Systeme und Prozesse in allen wesentlichen Belangen nicht dazu geeignet sind, die AA1000  AccountAbility Prinzipien "Inclusivity", "Materiality" und "Responsiveness" zu beachten.

Weiterhin sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben und Seiten des CR-Berichts für das Kalenderjahr 2010 in allen wesentlichen

Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

Ergänzender Hinweis - Empfehlungen

Ohne die oben dargestellten Urteile unserer Prüfung einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der CR-Berichterstattung aus:

- Weiterentwicklung des Stakeholdermanagements insbesondere:
 - Weitere Fortsetzung des Anfang 2012 begonnenen internationalen Roll-Outs der Umsetzung der Stakeholder-Engagement-Strategie auf internationaler Ebene;
 - Formalisierung der Prozesse zur Reaktion auf Stakeholderanfragen und stärkere Vereinheitlichung der Prozesse der Reaktion und Dokumentation auf internationaler Ebene;
 - Fortführung der internationalen Vereinheitlichung der Prozesse zur Identifikation wesentlicher Stakeholder ¹ und -Themen für die Landesgesellschaften bei welchen ein eigener Materiality Prozess existiert.
- Ausbau der konzernweiten Steuerungsfunktion zum Thema Nachhaltigkeit, u.a.
 - Der CR-Datenbank vorgelagerte Prozesse zur Erhebung und Ermittlung von Daten sollten noch stärker standardisiert und dokumentiert werden.

Düsseldorf, 22. Mai 2012

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Andreas Bröcher
Wirtschaftsprüfer

ppa. Nicole Kummer

Benutzerhilfe.

Mithilfe verschiedener Service-Funktionen wollen wir Ihnen das gezielte Lesen des CR-Berichts erleichtern. Wie diese genutzt werden können, erfahren Sie im Folgenden.

Kapiteleinstiegsseiten.

Auf den Kapiteleinstiegsseiten befinden sich neben einer kritischen Frage und einer kurzen thematischen Einleitung jeweils Videoaufzeichnungen und interaktive Grafiken.

Videos.

Die Videos können direkt auf dem Computer oder mit einem mobilen Audio- beziehungsweise Video-Player abgespielt werden.

Nutzungsbedingungen:

Das Videoangebot der Telekom darf ausschließlich für private Zwecke genutzt werden und keine kommerziellen Ziele verfolgen. Jede Vervielfältigung, Bearbeitung und Weiterveröffentlichung ist nicht gestattet. Inhalte und Informationen dürfen nicht verändert werden. Zudem ist die Einbindung der Telekom Videos auf Websites oder Blogs Dritter untersagt.

Materiality-Matrix.

Die Grafik auf den Einstiegsseiten der Kapitel stellt die Materiality-Matrix dar. Diese weist die im Zuge des Materiality-Prozesses bewerteten Themen unserer CR-Handlungsfelder entsprechend ihrer Relevanz für die wichtigsten Stakeholder-Gruppen der Telekom aus. Je größer die Schrift und das grafische Symbol, desto höher wurde das Thema durch die befragten Stakeholder  bewertet. Themen, die im jeweiligen Kapitel behandelt werden, sind durch magentafarbene Schrift hervorgehoben.

Zentraler Text.

Überschriften mit Aufklappfunktion.

Um die Seiten übersichtlicher zu gestalten, sind die Texte des vorliegenden CR-Berichts durch Überschriften mit Aufklappfunktion gegliedert. Wollen Sie mehr zu einem Aspekt erfahren, öffnen Sie den Textabschnitt mit einem Klick auf die entsprechende Überschrift. Bei wiederholtem Anklicken schließt sich der Textabschnitt. Auf diese Weise können mehrere Abschnitte nacheinander aufgeklappt werden.

Alternativ können Sie im Service-Kasten auf der rechten Seite unter der Überschrift „Dieses Kapitel“ die Funktion „alle Listen aufklappen“ auswählen und den gesamten Text der Seite sichtbar machen und wieder verbergen.

Sofern nähere Informationen zu einem Thema vorliegen, erscheint unter dem zentralen Text der Hinweis „Mehr erfahren“. Klicken Sie auf diesen Hinweis, erhalten Sie diese weiteren Hintergrundinformationen.

Kennzahlengrafiken.

Ausgewählte Kennzahlen des Konzerns sowie der Telekom in Deutschland sind in Grafiken visualisiert. In der rechten oberen Ecke der Grafiken befindet sich außerdem ein Feld, mit dem auf das interaktive Tool zum Gesellschaftsvergleich zugegriffen werden kann. Speziell bei den Kennzahlen zum Energieverbrauch gibt es –

nicht nur im Tool – neuerdings die Option, per Aufklappfunktion zwischen einer Darstellung in MWh und Joule zu wählen.

Service-Rubriken in der rechten Marginalie.

Kontakt.

Unter der Überschrift „Kontakt“ bieten wir Ihnen verschiedene Möglichkeiten, sich mit Ihren Fragen oder Anregungen an den jeweils passenden Ansprechpartner zu wenden.

Dieses Kapitel.

Um einen möglichst barrierefreien Zugang zu den Berichtsinhalten zu ermöglichen, haben wir unter „Dieses Kapitel“ erstmals die Option „Seite vorlesen“ eingerichtet.

Darüber hinaus finden Sie folgende Funktionen:

- „alle Listen aufklappen“ – der gesamte Text auf dieser Seite wird sichtbar, erneutes Anklicken verbirgt die aufzuklappenden Texte wieder
- „in den Infokorb legen“ – erlaubt Ihnen, während des Lesens einzelne Seiten zu sammeln und in den Infokorb zu legen
- „diese Seite drucken“ – druckt die aktuelle Ansicht
- „diese Seite speichern“ – speichert die aktuelle Ansicht als PDF-Datei
- „Seite vorlesen“ – der Text der Seite wird vorgelesen
- „Infokorb ansehen“ – hier finden Sie die von Ihnen ausgewählten Seiten. Diese können sowohl einzeln als auch gesammelt als PDF heruntergeladen werden. Wahlweise haben Sie auch die Möglichkeit, alle ausgewählten Dateien als komprimierte ZIP-Datei auf Ihrem Computer abzuspeichern. Um die komprimierten Daten zu entpacken, muss auf dem Rechner eine ZIP-Software installiert sein. Zur Nutzung dieser Funktion müssen im Browser die Cookies aktiviert sein.

Lesezeichen.

Sie können in der rechten Spalte unter „Meine Lesezeichen“ bis zu fünf Seiten des Online-Berichts markieren und mit einem Klick aufrufen. Um diese Funktion zu nutzen, müssen im Browser die Cookies aktiviert sein.

Service.

Hier finden Sie das Download Center, in dem Sie den gesamten Bericht sowie einzelne Kapitel als PDF-Datei herunterladen können. Zusätzlich führen Links zu den wichtigsten CR-Veröffentlichungen der letzten Jahre. Ergänzend zum Bericht bieten wir ein E-Paper mit einer Zusammenfassung der wesentlichen Fortschritte im Berichtszeitraum zur Online-Ansicht und als PDF an.

Ebenfalls über die rechte Marginalie finden Sie einen Link zu weiterführenden Informationen über unsere interaktive CR-App  „We care“.

Interaktive Kennzahlen.

Unter „Interaktive Kennzahlen“ haben Sie die Möglichkeit, direkt das interaktive Tool zum Gesellschaftsvergleich anzuwählen.

Das interaktive Tool zum Gesellschaftsvergleich.

Das interaktive Tool zum Gesellschaftsvergleich ermöglicht einen Vergleich der Kennzahlen des Konzerns sowohl über mehrere Jahre als auch zwischen ausgewählten Konzerngesellschaften. Dabei können die Werte sowohl als Tabelle, Balken- oder Liniendiagramme aufgerufen werden. Für den Vergleich zwischen einzelnen

Konzerngesellschaften wechselt man im Fenster oben links von „Kennzahlen je Gesellschaft“ auf „Vergleich der Gesellschaften“. Über  Buttons in den Tabellen können zusätzlich Hintergrundinformationen zur Entwicklung der Werte abgerufen werden. Diese Option ist für die Daten der Jahre 2010 und 2011 verfügbar und soll signifikante Veränderungen nachvollziehbarer machen. Ergänzend wird unter jeder Kennzahl deren Relevanz für unterschiedliche Berichtsstandards kenntlich gemacht.

Service-Rubriken in der rechten Marginalie.

Social Media.

Für die Seiten des CR-Berichts sind Social-Network-Funktionen aktiviert. Sie finden die Links am unteren Ende der Menüspalte. Per Mausklick auf das Icon des jeweiligen Netzwerks erhalten Sie die Möglichkeit, auf dort verfügbare Angebote der Telekom direkt zuzugreifen.

Obere Service-Zeile.

Glossar.

Im Glossar sind die wichtigsten Begriffe des CR-Berichts beschrieben. Diese sind mit dem Symbol gekennzeichnet. Die Begriffserklärung erscheint, wenn Sie den Mauszeiger auf das Symbol führen. Alternativ können Sie über die obere Service-Zeile auf das Glossar zugreifen und alle Begriffe einzeln abrufen.

Übersicht.

Überblick über die Struktur und alle Inhalte des Online-Berichts erhalten Sie über die Funktion „Übersicht“.

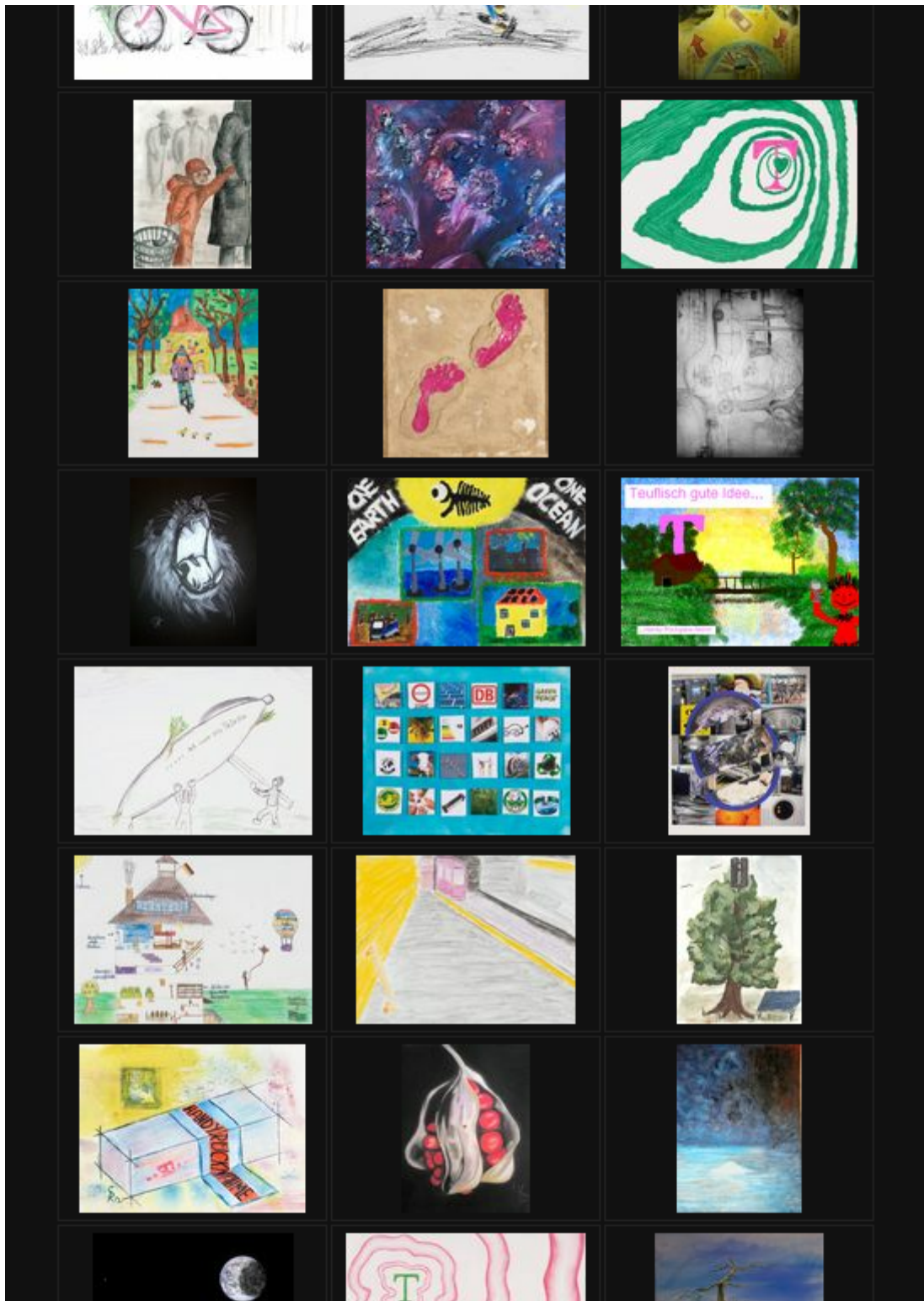
Suchfunktion.

Innerhalb des CR-Berichts können Sie gezielt nach Informationen suchen, indem Sie auf das Lupensymbol klicken, den Suchbegriff eingeben und auf den Pfeil klicken.

[Startseite](#) > [Über diesen Bericht](#) > Malen für den Klimaschutz

Malen für den Klimaschutz.

Ende Januar 2012 forderte die Telekom ihre Mitarbeiter auf, auf künstlerische Art und Weise zu zeigen, was sie selbst oder die Telekom für den Klima- und Umweltschutz tun. Ziel der Aktion war es, die Beschäftigten aktiv in die Berichterstattung einzubinden und die Auseinandersetzung mit dem Thema Klima- und Umweltschutz zu erhöhen. Insgesamt wurden 55 Kunstwerke von 40 Mitarbeitern eingereicht. In der folgenden Bildergalerie sind alle Bilder der Mitarbeiter ausgestellt und erläutert.



Strategie und Management.



Wie stellt die Telekom sicher, dass CR das Unternehmen und alle Prozesse durchdringt?

[Mehr erfahren](#)

Strategie & Management.

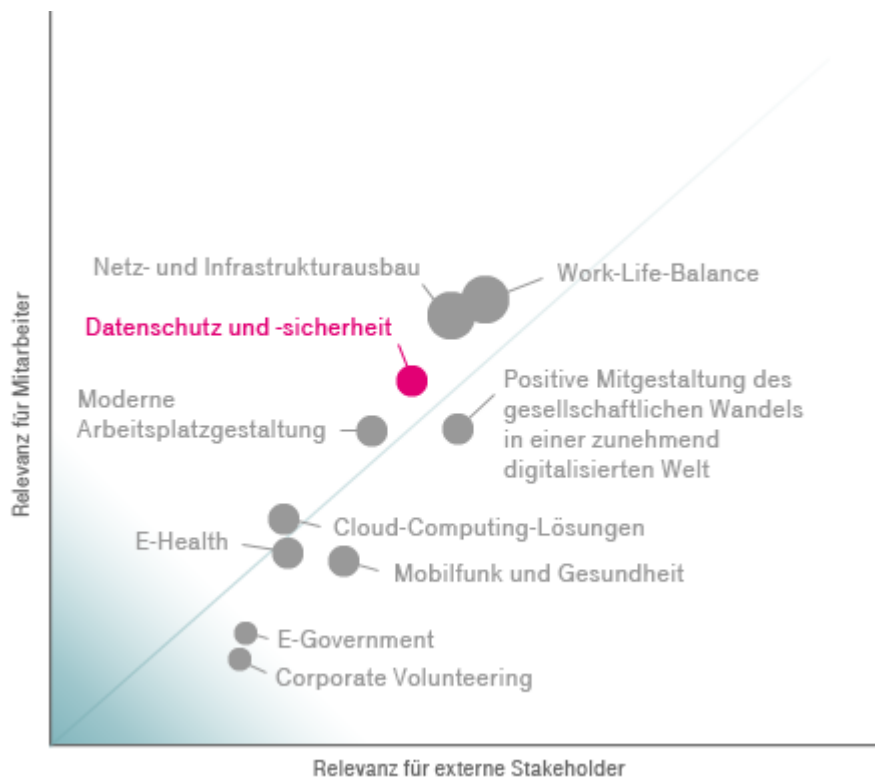
Internationaler Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden – das ist das strategische Ziel der Deutschen Telekom. Das bedeutet für uns, auch in der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung mit gutem Beispiel voranzugehen: Bis 2015 wollen wir als verantwortungsvolles Unternehmen an der Spitze unserer Branche stehen und mit unserer CR-Strategie schon heute die Voraussetzungen für langfristigen Unternehmenserfolg schaffen. Um unseren Fortschritt konzernweit transparent darstellen und überprüfen zu können, haben wir 2011 die Landesgesellschaften in die Erhebung aller CR Key Performance Indikatoren integriert. Auch unsere Interessengruppen binden wir systematisch in unsere CR-Aktivitäten ein und haben im Berichtszeitraum eine Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung entwickelt.

Komplexe gesellschaftliche Fragen erfordern klare strategische Antworten.

Wie schafft es die Telekom, gleichzeitig Rentabilität zu gewährleisten, Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt zu übernehmen und dabei die unterschiedlichen Erwartungen ihrer Stakeholder  zu erfüllen?



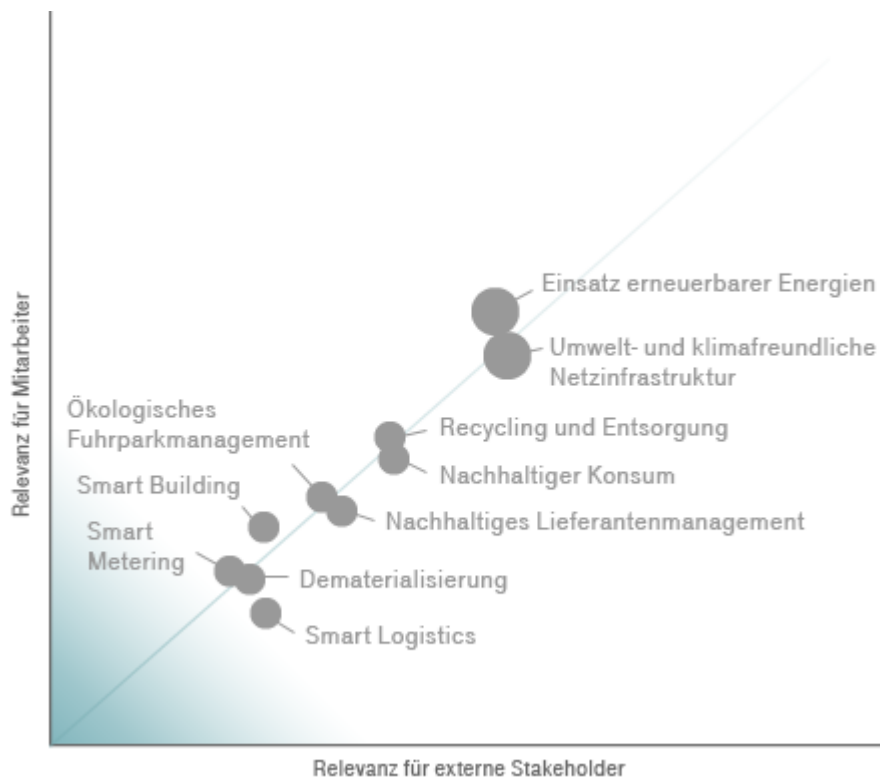
Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“



Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“



Handlungsfeld „Klimaschutz“



Die Matrizen bilden die Ergebnisse unserer 2012 durchgeführten Stakeholder-Befragung ab. Mit der Befragung ermitteln wir die Relevanz, die unsere internen und externen Anspruchsgruppen den verschiedenen Themen unserer CR-Handlungsfelder beimessen. Weitere Informationen zur Stakeholder-Befragung finden Sie im Kapitel Strategie & Management.



Erleben, was verbindet.

Corporate Responsibility Bericht 2011

Wir leben Verantwortung.

[Startseite](#) > [Strategie & Management](#) > Vision

 Inhalt durch PwC geprüft

Vision.

Unsere CR-Vision basiert auf dem Leitsatz „Wir leben Verantwortung.“. Sie ist Ausdruck eines Selbstverständnisses, das kurz- und mittelfristige Ziele überdauert und eine nachhaltige Ausrichtung aller Geschäftstätigkeiten einfordert. Die CR-Vision gibt damit einen langfristigen konzernweiten Orientierungsrahmen vor und beschreibt unser Bekenntnis zu einer nachhaltigen Entwicklung. Aufbauend auf der CR-Strategie bezieht unsere Vision alle Handlungsfelder ein, die im Mittelpunkt unseres Engagements stehen.

Unsere CR-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.“

Werte & Leitlinien.

Kontinuierlich arbeitet die Deutsche Telekom daran, im gesamten Konzern eine werteorientierte Unternehmenskultur zu etablieren, die von verantwortlichem und nachhaltigem Verhalten geprägt ist. Unsere Leitlinien (Guiding Principles) und der darauf aufbauende Verhaltenskodex (Code of Conduct) bilden das Grundgerüst für unser unternehmerisches Handeln – in der Zusammenarbeit mit externen Anspruchsgruppen ebenso wie innerhalb des Unternehmens.

Guiding Principles: Konzernweit gültige Leitlinien.

Unsere Unternehmenskultur basiert auf den seit Januar 2009 konzernweit gültigen Guiding Principles. Sie repräsentieren unsere Wertvorstellungen und Überzeugungen und prägen unser Handeln.

Die fünf Guiding Principles der Telekom:

- 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.

Im Jahr 2010 haben wir die Guiding Principles konzernweit implementiert. Die Leitlinien sind in 19 Sprachen verfügbar sowie in 34 Ländern und 50 Geschäftseinheiten verankert.

Regelmäßig führen wir konzernweit kurze Pulsbefragungen zur Zufriedenheit unserer Mitarbeiter und zu ihrem Verständnis der Konzernstrategie durch. Im November 2011 fragten wir sie zum dritten Mal, welche Erfahrungen sie mit der Umsetzung der Guiding Principles in ihrer täglichen Arbeit machen. 63 Prozent der Mitarbeiter antworteten, dass sie die Leitlinien nicht nur kennen und verstehen, sondern diese auch in ihrem Arbeitsalltag leben.

Verankerung der Unternehmenswerte am Tag der Leitlinien.

Um die Guiding Principles im Arbeitsalltag erlebbar zu machen, findet jährlich konzernweit der „Tag der Leitlinien“ statt. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter ist aufgerufen, sich mit den Leitlinien und ihrer Umsetzung im Alltag auseinanderzusetzen.

Am 28. September 2011 standen vielfältige Aktivitäten, wie Spiele, Wettkämpfe, Grußbotschaften oder ein gemeinsames Frühstück auf dem Programm. In einer Fotoshow wurde anschließend im Intranet über Aktionen aus dem gesamten Konzern berichtet. Einen Ausschnitt der Bandbreite  zeigen die folgenden Aktivitäten:

- René Obermann diskutierte mit seinem Team den Einfluss der Leitlinien auf die Arbeit in der Konzernzentrale.
- Führungskräfte in Tschechien organisierten ein Frühstück zum Leitlinientag und nutzten die Gelegenheit zum Austausch im Team.
- Rumänische Mitarbeiter, die in ihrer täglichen Arbeit normalerweise keinen Kundenkontakt haben, verbrachten den Leitlinientag in Shops oder Call Centern, um die Service-Kultur zu stärken.
- Beschäftigte vom Kundenservice in Brühl (Deutschland) verkauften mit den Leitlinien versehene Glückskekse. Der Erlös ging an BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“.
- Österreichische Mitarbeiter ließen die Leitlinien von einem Karikaturisten darstellen und konnten sich „ihre“ Leitlinie aussuchen.
- Die Beschäftigten von T-Mobile in Seattle wurden zum „Values Day“ unter anderem mit einer Rap-Version der Leitlinien empfangen.
- In Frankfurt entwickelten Mitarbeiter ein „Guiding Principles Digit Game“ und veranstalteten einen Workshop zur Umsetzung der Leitlinien.
- Bei T-Systems Malaysia wurde ein „Guiding Principle Hero“ gekürt.
- Beschäftigte aus dem Bereich Health & Safety beim Technischen Service erarbeiteten eine Fotostory „Die Gesundheit unserer Kolleginnen und Kollegen ist uns wichtig“.
- Das Competence Center Mobility Solutions von T-Systems entwickelte eine App  zum Code of Conduct und den Leitlinien.
- Viele Mitarbeiterteams nutzten den Tag, um sich in gemeinnützigen Projekten zu engagieren.

Auch Auszubildende beteiligten sich am Tag der Leitlinien, beispielsweise:

- In Koblenz kochten die Auszubildenden ein internationales Menü mit Gerichten unter anderem aus Südkorea oder dem Kosovo.
- Im Ausbildungszentrum Ulm wurde eine Schnitzeljagd durch die Innenstadt veranstaltet.
- Zudem organisierten die Ulmer Auszubildenden einen Sponsorenlauf für die Lebenshilfe Kempten, deren Sportgruppe ebenfalls mitlief. Über 2 600 Euro wurden so „erlaufen“ und der Lebenshilfe übergeben.

CR-Bericht des Vorjahres

Konzernweite Einführung des Code of Conduct.

Unser Code of Conduct konkretisiert die fünf Konzernleitlinien (Guiding Principles) und legt seit 2006 klare Verhaltensanforderungen für die tägliche Arbeit fest. Er gilt weltweit für alle Beschäftigten des Telekom Konzerns. Der Code of Conduct verknüpft unseren Anspruch, Recht und Gesetz einzuhalten, mit unseren Anforderungen an ethisches Verhalten und den Guiding Principles. Aufgrund gestiegener gesellschaftlicher Anforderungen an regelkonformes und rechtlich einwandfreies Verhalten und der Einführung der Guiding Principles Anfang 2009 haben wir im Jahr 2010 unseren Code of Conduct weiterentwickelt.

Code of Conduct

Im Juni 2011 schlossen wir die Einführung des im Vorjahr überarbeiteten Code of Conduct in Deutschland erfolgreich ab. Führungskräften stellten wir dafür ein

multimediales Schulungspaket zur Verfügung. Alle Beschäftigte der Telekom in Deutschland unterstützten wir mit dem Online-Tool „Code of Conduct Interactive“. Im ersten Monat nach der Einführung des Tools in Deutschland im Mai 2011 wurde es 35 000-mal genutzt. Die internationale Implementierung, die unter Berücksichtigung lokaler Rechts- und Datenschutzerfordernungen durchgeführt wurde, war Ende Dezember 2011 beendet.

CR-Strategie.

Die Deutsche Telekom will weltweit Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten werden. Zugleich streben wir auch in der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung eine internationale Vorreiterrolle in unserer Branche an. Diese wollen wir bis zum Jahr 2015 eingenommen haben.

Unser Bekenntnis zu einer nachhaltigen Unternehmensführung haben wir in unserer konzernweiten CR-Strategie verankert. Sie ist aus der Konzernstrategie abgeleitet und gibt auch den internationalen Landesgesellschaften einen Handlungsrahmen für die Umsetzung von CR in ihren Einflussbereichen vor. Um die Umsetzung der Strategie und unseren Führungsanspruch überprüfen und vorantreiben zu können, messen wir unsere CR-Leistung regelmäßig mithilfe von CR Key Performance Indikatoren (CR KPI).

Projekt „Führend sein“ definiert Erfolgskriterien.

Mit unserem Projekt „Führend sein“ arbeiten wir darauf hin, unsere CR-Vorreiterrolle zu festigen und auszubauen. In einem ersten Schritt entwickelten wir einen Kriterienkatalog, um unsere Position innerhalb der internationalen ICT-Branche zu ermitteln. 2011 überprüften wir unsere Position auf Basis dieses Katalogs. Demnach waren einige der Ziele und Maßnahmen zu modifizieren beziehungsweise zu ergänzen. Bis Ende 2011 passten wir den Kriterienkatalog an, um mit seiner Hilfe weiterhin unsere strategischen Ziele erreichen zu können.

Um unseren Anspruch einer CR-Vorreiterrolle konsequenter zu verfolgen und die Zielerreichung überprüfen zu können, stieß der zentrale CR-Bereich im Jahr 2010 das Projekt „Führend sein“ an.

Auf Basis umfassender Wettbewerbs- und Trendanalysen und einer internen Untersuchung, in der wir den Status quo der Integration von CR in die zentralen Geschäftsprozesse bestimmten, entwickelten wir einen Kriterienkatalog.

Dieser deckt die gesamte thematische Bandbreite  unternehmerischer Verantwortung ab und geht insbesondere auf branchenspezifische Herausforderungen ein. Der Kriterienkatalog steht im Einklang mit bestehenden Unternehmenszielen und der CR-Strategie. Er trägt wesentlich dazu bei, CR dauerhaft im Kerngeschäft zu verankern und den Nachhaltigkeitsgedanken im gesamten Konzern zu etablieren.

Auf Basis der Erfolgskriterien entwarfen wir konkrete Maßnahmenpakete. Bis 2015 unterziehen wir die darin empfohlenen Einzelmaßnahmen einem Prüfungs- und Monitoringprozess. Ebenso überprüfen wir bis 2015 die existierenden CR KPI auf Basis der Ergebnisse des Projekts „Führend sein“.

Handlungsfelder.

Der technologische Fortschritt sowie zeit- und standortunabhängige Kommunikation verändern unser Leben von Grund auf. Mit nachhaltigen Produkten und Lösungen sowie Initiativen, beispielsweise zum Klimaschutz, trägt die Deutsche Telekom zu einer besseren Vernetzung von Leben und Arbeiten, einer chancengerechten Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft und zum Klimaschutz bei. Davon profitieren unter anderem unsere Kunden und Mitarbeiter, Lieferanten, Investoren, unsere Umwelt und die Gesellschaft.

Wir leben Verantwortung ...

... für vernetztes Leben und Arbeiten.

Wir gestalten den Wandel in der zunehmend digitalisierten Arbeits- und Lebenswelt positiv mit. Die Deutsche Telekom setzt sich mit innovativen Produkten und Lösungen für einen Kulturwandel ein, hin zu mehr Selbstbestimmung und Lebensqualität in Freizeit und Beruf. Unser Ziel ist es, treibende Kraft für nachhaltiges Leben und Arbeiten zu sein.

... für chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft.

Unabhängig von ihren sozialen oder wirtschaftlichen Chancen sichern wir möglichst vielen Menschen den Anschluss an die gesellschaftliche Entwicklung. Mit diesem Ziel fördern wir zahlreiche soziale Initiativen und unterstützen Projekte zur Entwicklung von Medienkompetenz.

... für eine klimafreundliche Gesellschaft.

Eine der größten Herausforderungen für die Menschheit sind die globale Erwärmung und ihre Folgen. Mit umfassenden Initiativen reduzieren wir unsere eigenen Emissionen nachhaltig. Gleichzeitig befähigen wir mit unseren Lösungen auch unsere Kunden und Partner dazu, ihren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.

Download : Broschüre „Klima schützen. Kosten senken. Nachhaltige Lösungen der Informations- und Kommunikationstechnologie“

CR Key Performance Indikatoren.

Zur Steuerung ihrer CR-Leistung nutzt die Telekom sieben konzernweit gültige Kennzahlen – die CR Key Performance Indikatoren (CR KPI). Sie dienen als Steuerungsinstrument, das eine systematische, transparente und kontinuierliche Optimierung unserer Leistungen erleichtert.

Die CR KPI sind in zwei Kategorien unterteilt:

- Indikatoren mit konzernweit einheitlichen Zielen und
- Indikatoren mit spezifischen Zielen pro Landesgesellschaft.

CR KPI ab 2012 obligatorisch.

Seit dem 1. Januar 2012 ist die Erhebung der CR KPI für alle Landesgesellschaften obligatorisch. Die im Vorjahr noch als „freiwillig“ gekennzeichneten Indikatoren haben damit heute den Status „verpflichtend“.

Erstmals wiesen wir ausgewählte CR KPI auch im [Geschäftsbericht 2011](#) aus: Als Kennzahlen für die ökologische Leistung der Deutschen Telekom wurden der CR KPI „[Energieverbrauch](#)“ und der CR KPI „[CO₂-Emissionen](#)“ in den Bericht aufgenommen. Damit gehen wir einen ersten Schritt auf dem Weg zu einer engeren [Verknüpfung von Geschäftsbericht und CR-Berichterstattung](#) und zeigen, dass Nachhaltigkeit fester Bestandteil des Kerngeschäfts der Deutschen Telekom ist.

CR KPI mit konzernweiten Zielen.

Die Ziele zu den folgenden drei CR KPI erheben wir konsolidiert für den gesamten Konzern:

- Mit dem CR KPI „[Nachhaltiges Investment \(SRI\)](#)“ messen wir unsere Fortschritte im Bereich [nachhaltiges Investment](#). Er bildet ab, welcher Aktienanteil der Deutschen Telekom AG von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt.
- Der CR KPI „[Mitarbeiterzufriedenheit](#)“ ermittelt die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Die Messung findet auf Basis der [Mitarbeiterbefragung](#) statt, die wir alle zwei Jahre pro Einzelgesellschaft durchführen.
- Der CR KPI „[Nachhaltiger Einkauf](#)“ misst den Anteil der per Audit ¹ beziehungsweise über [E-TASC](#) risikogeprüften Lieferanten am Gesamtbeschaffungsvolumen.

Wir planen, anhand des CR KPI „[Nachhaltige Produkte](#)“ zukünftig auch die Nachhaltigkeitsleistung unseres Produktportfolios zu messen. Der Indikator soll ebenfalls für alle Landesgesellschaften obligatorisch werden.

Für vier der sieben CR KPI gelten individuelle Zielsetzungen auf regionaler Ebene. In den Zielen berücksichtigen wir die lokale Ausgangssituation und die spezifischen Entwicklungen der jeweiligen Landesgesellschaft.

- Anhand des CR KPI „CO₂-Emissionen“ ermitteln wir die CO₂-Reduktion bezogen auf das Basisjahr 2008. Bis 2020 streben wir eine Reduktion der CO₂-Emissionen um bis zu 40 Prozent gegenüber den Werten aus dem Jahr 1995 an.
- Der CR KPI „Energieverbrauch“, mit dem wir unseren Stromverbrauch messen, basiert auf dem Monetary Power Efficiency Indicator (MPEI). Dieser weist die Menge an verbrauchtem Strom in Bezug zum Umsatz aus.
- Mit dem CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ messen wir unser gesellschaftliches Engagement über die Wahrnehmung der CR-Aktivitäten der Telekom in der Öffentlichkeit.
- Der CR KPI „Handy-Rücknahme“ stellt die gesammelten Mobilfunkgeräte gemessen in Stückzahl oder dem äquivalenten Wert in Kilogramm der Anzahl der Kunden einer Konzerngesellschaft gegenüber.

Socially Responsible Investment.

Die Deutsche Telekom ist als international agierendes Unternehmen auf eine langfristig nachhaltige Wertsteigerung ausgerichtet. Unsere grundlegende Zielsetzung ist es, die mittel- und langfristigen Kapitalkosten auf einem angemessenen Niveau zu halten. Nachhaltigen Investitionen räumen wir hierbei einen hohen Stellenwert ein.

Messung des nachhaltigen Investments.

Wir verfolgen das Ziel, den Anteil an Aktien, der von ethisch motivierten Investoren gehalten wird, kontinuierlich zu erhöhen. Unsere Leistung in diesem Bereich messen wir anhand des CR Key Performance Indicators (CR KPI) „Nachhaltiges Investment (SRI)“.

Vom gesamten Aktienbestand der Deutschen Telekom AG wurden 2011 weltweit 15,1 Prozent von Investoren gehalten, die in ihrer Anlagestrategie ökologische, soziale und Governance-Kriterien (ESG-Kriterien) beachten. Rund 13 Prozent befanden sich dabei in Händen von Investoren, die zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. Investoren, die ihre Fonds vorrangig unter diesen Gesichtspunkten managen, hielten rund 2 Prozent der T-Aktien (Quelle: Ipreo).

Position in Rankings und Ratings knapp behauptet.

Wie in den Jahren zuvor nahmen auch 2011 Anzahl, Umfang und Detailtiefe der bestehenden Ratinganfragen zu. Bewusst entscheidet sich die Deutsche Telekom für die Teilnahme an Ratings, die für nachhaltig orientierte Stakeholder  – insbesondere Investoren – relevant sind. Für die Beantwortung einer Anfrage ist darüber hinaus das positive Verhältnis von internem Aufwand zum Mehrwert für das Unternehmen entscheidend.

Die Deutsche T-Aktie ist in den wichtigsten Nachhaltigkeitsindizes gelistet und in zahlreichen SRI-Fonds vertreten. Im Rahmen des Projekts „Führend sein“ sind Ranking- und Ratingergebnisse ein wichtiger Indikator, an dem wir unseren Fortschritt auf dem Weg zur CR-Vorreiterrolle in der ICT-Branche messen.

Wie in den Vorjahren wurden wir im Berichtszeitraum erneut in vielen nachhaltigen Aktienindizes wie dem „Dow Jones Sustainability Index“ (DJSI) und dem „Financial Times Stock Exchange 4Good Index (FTSE4Good )“ gelistet. Allerdings verschlechterte sich unsere Position im „Newsweek Green Ranking“. In der Bewertung des Carbon Disclosure Projects (CDP) haben wir uns 2011 gegenüber dem Vorjahr im „Disclosure Score“ leicht verbessert. Im „Performance Score“ haben wir uns jedoch auch aufgrund der deutlich veränderten Bewertungsmethodik verschlechtert und sind nicht mehr im „Carbon Performance Leadership Index“, dem CDP-Index der 500 Unternehmen mit der weltweit besten Klimaschutzleistung, vertreten.

Im Frühjahr 2011 gelang uns die Aufnahme in den neuen „STOXX Global ESG  Leaders Index“. Dieser Nachhaltigkeitsindex berücksichtigt Kennzahlen von 1 800 europäischen Aktiengesellschaften und bewertet die Unternehmen anhand der Faktoren Umwelt, Soziales und Unternehmensführung. Zugrunde liegt die Bewertung durch die Ratingagentur „Sustainalytics“.

Unsere Auswertung der Ratings und Rankings zeigt, dass wir Analystenwünsche, die sich auf ein konzernweites CR-Management und auf messbare Erfolge in Bereichen wie Energie, Emissionen und Abfall richten, offenbar nicht in vollem Maße erfüllen. Wir wollen unsere CR-Maßnahmen deshalb künftig stärker an den von Analysten verwendeten Parametern orientieren. Mit den konzernweit obligatorischen CR KPI gehen wir einen Schritt in diese Richtung.

Zur besseren Einbindung der Landesgesellschaften in die Konzernratings verstärken wir die Transparenz in der internen CR-Kommunikation. Wir stellen konzernweit regelmäßig die wichtigsten Ratings des Jahres vor und informieren die Landesgesellschaften über die Bewertung der Telekom sowie über die hiervon abhängige Leistung in Nachhaltigkeitsindizes. Außerdem planen wir den Landesgesellschaften Zugriff auf ein internes Content-Management-System zu ermöglichen, in dem die aktuellen qualitativen Informationen für die Ratingdienste dezentral gespeichert sind.

CR-Bericht des Vorjahres

Internationalisierung.

Mit One Company wächst die Telekom zu einem globalen Unternehmen zusammen. So wie andere internationale Konzerne steht auch die Telekom vor der Herausforderung, einheitliche Standards ihrer weltweiten Personalpolitik zu definieren, ohne lokale Besonderheiten zu ignorieren.

Global Employee Relations Management: Mitarbeiterbeziehungen vielfältig gestalten.

Der Bereich Global Employee Relations Management gibt Orientierung und fördert den Erfahrungsaustausch zur Gestaltung der vielfältigen Mitarbeiterbeziehungen in den verschiedenen Ländern. Auf der Veranstaltung „Employee Relations in a Connected World“ diskutierten Anfang Mai 2011 70 hochrangige Führungskräfte international tätiger Unternehmen über die Herausforderungen in der Gestaltung von Mitarbeiterbeziehungen. Damit legte die Telekom den Grundstein für einen anhaltenden Arbeitgeberaustausch zur zukunftsorientierten Gestaltung der Mitarbeiterbeziehungen. Darüber hinaus bekennt sich der Konzern in einer global gültigen Richtlinie, der „Employee Relations Policy“, zu weltweit einheitlichen Mindeststandards auf hohem Niveau in der Gestaltung der Beziehungen zu seinen Mitarbeitern unter Berücksichtigung der verschiedenen Kulturen, Gesetze und Bedürfnisse. Ein Monitoringsystem soll die Einhaltung der Grundsätze sicherstellen, sobald die Richtlinie konzernweit eingeführt ist. Die Basis für unsere Policy bilden – neben unseren Guiding Principles und den nationalen Regelungen – auch international anerkannte Grundsätze wie die des Global Compact ^[1] der Vereinten Nationen, die OECD-Richtlinien und die Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO).

Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards.

Bereits 2003 haben wir unsere Sozialcharta verabschiedet, die ebenfalls auf den Grundsätzen des Global Compact ^[1], der OECD und der ILO beruht. Darin enthalten sind konzernweit gültige Richtlinien für Menschenrechte und Arbeitsbedingungen, das Verbot von Kinderarbeit, Richtlinien für Umweltschutz, Chancengleichheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung. Auch unsere Lieferanten sind dazu verpflichtet, diese einzuhalten.

Sozialpartnerschaft: Mitwirkung auf deutscher und internationaler Ebene.

Auch im Jahr 2011 haben wir den engen Dialog mit den Vertretungsgremien der Beschäftigten im deutschen Konzern fortgesetzt. Die Umsetzung zahlreicher Maßnahmen und Projekte wäre ohne die Mitwirkung der gewählten Beschäftigtenvertreter nicht möglich gewesen. Hier trägt unser Bekenntnis zur vertrauensvollen Zusammenarbeit Früchte, das in der Konzernrichtlinie zu Employee Relations beschrieben wird. Eine besondere Rolle kommt dem Konzernbetriebsrat zu, unserem Ansprechpartner für alle Mitbestimmungsthemen im deutschen Konzern. Im Europäischen Betriebsrat (EBR) pflegt die Telekom darüber hinaus eine aktive Sozialpartnerbeziehung mit Arbeitnehmervertretern der europäischen Landesgesellschaften und Beteiligungsunternehmen.



Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Internationale Arbeitnehmerbeziehungen stärken	Umsetzung läuft. • Implementierung der „Employee Relations Policy“ abschließen • Monitoring der „Employee Relations Policy“ durchführen

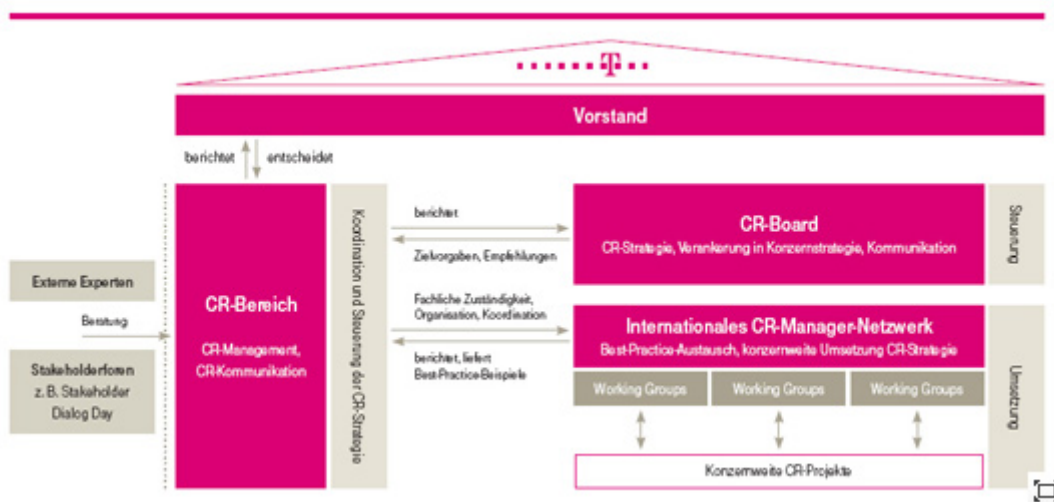
CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

CR-Governance.

Die Telekom hat eine integrierte Governance-Struktur für CR geschaffen, um die strategische Steuerung und die operative Umsetzung im gesamten Konzern eng miteinander zu verzahnen. Durch die organisatorische Anbindung von CR an den Bereich des Vorstandsvorsitzenden stellt die Telekom sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte verbindlich in alle unternehmerischen Tätigkeiten integriert werden.

CR-Governance



CR-Board: Konzernweite Steuerung der CR-Strategie.

Das CR-Board erarbeitet für den Vorstand Empfehlungen zur Umsetzung und zukünftigen Ausrichtung der CR-Strategie. In den Sitzungen des Gremiums werden zudem Ziele und Key Performance Indikatoren (CR KPI) für das konzernweite CR-Programm diskutiert.

Grundsätzlich trifft sich das CR-Board dreimal im Jahr, um neueste Entwicklungen im Konzern, seinem gesellschaftlichen Umfeld sowie in den Märkten, in denen die Telekom tätig ist, zu diskutieren. Anlassbezogen können auch weitere Treffen einberufen werden. 2011 behandelte das CR-Board in den Sitzungen unter anderem die folgenden Themen:

- Im März befasste es sich mit der Klimaschutzstrategie, nachhaltiger Beschaffung und unserem Auftritt auf der Internet-Seite des Nachhaltigkeitsportals Utopia.
- Im September standen die Perspektiven der integrierten ESG- und Finanzberichterstattung, die Nachhaltigkeitsoffensive und unser Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagement auf der Agenda.
- Im Dezember beschäftigte sich das Gremium mit den Themen „Stakeholder Dialogue Day in China“, „Socially Responsible Investments“ und dem Programm der Telekom Stiftung für 2012.

Das CR-Board setzt sich aus den Leitern der für die konzernweite Steuerung und Umsetzung von CR wesentlichen Konzernbereiche zusammen:

- Konzernkommunikation
- Personalbereich
- Einkaufsbereich
- Bereich Public and Regulatory Affairs
- Markenmanagement
- Vorstandsbüro
- Bereich Technologie
- Deutsche Telekom Stiftung
- Vorstandsbereich Europa
- CR-Bereich

Die breite organisatorische Verankerung gewährleistet, dass die CR-Strategie im Einklang mit der Konzern- und Markenstrategie sowie den Konzernwerten steht.

CR-Bereich als zentrale Schnittstelle.

Für das strategische CR-Management und die CR-Kommunikation ist der zentrale CR-Bereich zuständig. Er koordiniert und steuert die operative Umsetzung der CR-Strategie in allen Geschäftsfeldern und in den Landesgesellschaften. Auf Konzernebene nimmt der CR-Bereich eine Schnittstellenfunktion in der Zusammenarbeit mit allen relevanten Abteilungen ein. Der Bereich plant und implementiert Projekte in den Bereichen Klima und Umwelt, nachhaltige Produkte und Dienstleistungen, Lieferantenmanagement, gesellschaftliches Engagement sowie Stakeholder-Einbeziehung.

Aufbau eines konzernweiten CR-Controllings.

Um die Leitung des CR-Bereichs bei relevanten Entscheidungsprozessen zu unterstützen, bauen wir ein konzernweites CR-Controlling auf. Chancen und Risiken für unsere Reputation sowie für Kosten und Erträge können mit seiner Unterstützung frühzeitig erkannt und gehandhabt werden.

Grundlage für den Aufbau des Controllings bilden von uns definierte strategische CR KPI und damit verbundene Zielgrößen. Im Berichtszeitraum bestimmten wir konkrete Zielwerte für einige CR KPI und schufen damit das Fundament für ein zentrales CR-Controlling.

Um CR-Daten zu erheben und auf Basis dieser Daten die CR KPI berechnen zu können, nutzen wir seit 2009 die CR-Datenbank. Als Grundlage für die Berichterstattung und die konzernweite CR-Steuerung entwickeln wir die Datenbank stetig weiter. Dazu veranstalten wir regelmäßig Feedbackrunden und sensibilisieren auch das Management für die Notwendigkeit der Datenerhebung. Hierfür nutzten wir beispielsweise das Treffen des CR-Managernetzwerks in Bratislava im Oktober 2011.

Die webbasierte Software zur Datenerfassung ermöglicht einen transparenten CR-Reportingprozess im gesamten Konzern. Die Datenbank sorgt für einheitliche und verbindliche Abläufe auf Konzern- und Landesebene. Alle CR-Daten und CR KPI werden in einem mehrstufigen Prozess validiert und zentral konsolidiert. Das trägt zu einem besseren Verständnis der quantitativen Entwicklung strategischer und operativer CR-Themen bei und erleichtert das Monitoring von Zielabweichungen. Auch konzerninterne Vergleiche („Benchmarks“) werden dadurch möglich.

Internationales CR-Managernetzwerk.

Vernetzung ist als zentrales Strategiethema der Telekom auch innerhalb unserer CR-Organisation sehr wichtig. Eine Schlüsselrolle spielt dabei das Internationale CR-Managernetzwerk.

Climate Change Group.

Im Bestreben, ihren Beitrag zu einer klimaschonenden Gesellschaft zu leisten, hat die Telekom die Climate Change Group gegründet. Sie setzt sich aus unternehmensinternen Energie- und Klimaexperten zusammen und bezieht fallweise auch externe Fachleute ein. Die Climate Change Group hat den Auftrag, sowohl den Energiekonsum als auch die CO₂-Emissionen des Konzerns effektiv zu verringern.

Im Berichtszeitraum konzentrierte sich die Climate Change Group auf die Internationalisierung der Klimaschutzstrategie und die damit verbundene Erarbeitung länderspezifischer Ziele. Sie unterstützte die Landesgesellschaften sowie die internationalen Niederlassungen von T-Systems bei der Erfassung ihrer Treibhausgasemissionen und der Beschlussfassung über Reduktionsmaßnahmen.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.



Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Implementierung einer CR-Governance-Struktur	Ziel erreicht. • Arbeitsaufnahme und regelmäßige Meetings des CR-Boards • Climate Change Group etabliert • Kernteam Deutschland tagt regelmäßig
Nutzung der Ratinganalyseergebnisse für das Gesamtprojekt „Führend sein“	Umsetzung läuft. • Handlungsempfehlungen, Maßnahmen und Messkriterien festgelegt: Ziel erreicht • Maßnahmencontrolling aufgebaut: Ziel erreicht • Erste Maßnahmen umgesetzt • Jährliches Projektreview „Führend sein“

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

CR-Programm.

In ihrem CR-Programm definiert die Telekom verbindliche Ziele zur konzernweiten Umsetzung in den relevanten Prozessen ihres Kerngeschäfts. Dazu werden Maßnahmen sowie ein Zeithorizont definiert, innerhalb dessen die einzelnen Maßnahmen durchzuführen sind. Zudem geben wir im CR-Programm Auskunft über den Status der Umsetzung der Ziele.

Über die [CR Key Performance Indikatoren](#), mit denen wir unsere Leistung in jedem der Bereiche quantitativ ausweisen, wird im CR-Bericht ausführlich berichtet.

Die Highlights im Berichtszeitraum:

- Internationalisierung der [Klimaschutzziele](#) vorangetrieben
- 1 Million Altgeräte im Rahmen von [Handyrücknahmeaktionen](#) gesammelt
- Initiative „Ich kann was!“ ausgebaut und Verein gegründet
- Erstmals integriertes Reporting mit Non-Financial-Daten im [Geschäftsbericht 2011](#)
- Zertifizierung nach [AA1000](#)

CR-Programm überarbeitet.

Im Hinblick auf das Ziel, bis 2015 als verantwortungsvolles Unternehmen an der Spitze unserer Branche zu stehen, haben wir im Berichtszeitraum unser CR-Programm überarbeitet.

Parallel zum neuen CR-Programm 2011/2012 führen wir die Berichterstattung über die Fortschritte des CR-Programms 2010/2011 im vorliegenden Bericht fort. So gewährleisten wir Kontinuität und Transparenz im Sinne der Fortschrittsberichterstattung. An verschiedenen Stellen im Bericht wird unter der Überschrift „Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011“ über die Umsetzung von Teilzielen des alten CR-Programms berichtet. Die Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011 wurde durch eine externe Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft.

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012.

Mit unserem neugestalteten CR-Programm 2011/2012 konzentrieren wir uns fortan auf CR-Schwerpunktt Themen, die einen maßgeblichen Einfluss auf die zukünftige Geschäftsentwicklung des Konzerns und die Gesellschaft haben. Das neue CR-Programm ist nicht Gegenstand der externen Prüfung durch eine Wirtschaftsprüfungsgesellschaft.

[Zum CR-Programm 2011/2012](#)

Stakeholder-Einbeziehung.

Durch die gezielte Einbeziehung unserer Stakeholder  können wir langfristige und vertrauensvolle Beziehungen aufbauen sowie das Verständnis für unsere Anliegen und Aktivitäten vertiefen. Nicht zuletzt dient uns der Austausch mit unseren Anspruchsgruppen auch als Inspirationsquelle für Innovationsprozesse und als Basis für neue Kooperationsmöglichkeiten oder strategische Partnerschaften. Von großer Bedeutung ist dies vor allem im Hinblick auf unsere Nachhaltigkeitsziele, die sich nur gemeinsam mit Partnern aus Politik, Gesellschaft, Wissenschaft und Industrie erreichen lassen.

Entwicklung einer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung.

Damit wir die Stakeholder-Einbeziehung konzernweit einheitlich steuern und unserem CR-Führungsanspruch gerecht werden können, entwickelten wir 2011 eine Strategie zur Einbeziehung von Stakeholdern. Mit dieser bekunden wir unseren Anspruch, die Anliegen unserer Stakeholder  ernst zu nehmen und sie nach höchsten qualitativen Maßstäben einzubeziehen. Die Strategie orientiert sich an den von der NGO AccountAbility entwickelten drei AA1000-Prinzipien Wesentlichkeit, Inklusivität und Reaktivität.

Die Entwicklung unserer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung organisierten wir als partizipativen Prozess. Insgesamt wurden Interviews mit 17 externen Stakeholdern durchgeführt. Darin erfragten wir neben Erfahrungen mit der Telekom auch Erwartungen, die sie an eine optimale Zusammenarbeit mit uns stellen. Ziel war es, beide Aspekte bereits in einer frühen Phase der Strategieentwicklung zu berücksichtigen. Um ein umfassendes Bild der Stakeholder-Interessen zu erlangen, befragten wir außerdem Mitarbeiter der Telekom: Wir führten mehr als 20 Interviews mit Beschäftigten, die die Strategie im Konzern umsetzen werden.

Drei Säulen-Modell der Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung.

Die von unseren internen und externen Stakeholdern geäußerten Sichtweisen und Erwartungen an die Strategie haben maßgeblichen Einfluss auf deren Ausgestaltung genommen. Im Ergebnis basiert die von der Deutschen Telekom im Dezember 2011 verabschiedete Strategie auf den folgenden drei Säulen:

1. Unser strategisches Profil: Das strategische Profil benennt relevante Stakeholder-Gruppen und definiert, wie der Konzern seine Beziehungen zu diesen Stakeholdern gestalten will. Neben unseren Informations- und Dialogangeboten legen wir den Fokus zunehmend auf partizipative Formate, mit denen wir vor allem unseren Kunden, Mitarbeitern, NGOs und weiteren Interessensgruppen faktische Mitwirkungsmöglichkeiten einräumen. Hierfür schaffen wir in den Handlungsfeldern unserer CR-Strategie Angebote für konkrete Beteiligung bei der Themenbearbeitung und Lösungsfindung.

2. Interner Kompetenzaufbau und Service: Wir entwickeln eine Infrastruktur, die unsere Beschäftigten dabei unterstützt, die Strategie in die Praxis umzusetzen. Interne Netzwerktreffen dienen dem Austausch von Erfahrungen im Umgang mit Stakeholdern, der Diskussion von Praxisbeispielen sowie der Planung und Umsetzung gemeinsamer Aktivitäten. Darüber hinaus soll 2012 ein Leitfaden entwickelt werden, der den Mitarbeitern Orientierung bei der Umsetzung von Stakeholder-Formaten bietet.

3. Aufbau eines Stakeholder-Managementsystems: Wir schaffen Transparenz über alle für die Stakeholder-Beziehungen relevanten Prozesse in unserem Unternehmen. Hierzu dokumentieren wir unsere Stakeholder-Aktivitäten und beobachten die Entwicklung relevanter Stakeholder-Themen. Außerdem haben wir 2011 mit unserem Materiality-Prozess eine Systematik für den Umgang mit den Rückmeldungen unserer Stakeholder  erprobt und werden diese schrittweise in den Evaluationsprozess einbinden.

AA1000 als Orientierungsrahmen.

Bei der Strategie-Entwicklung orientierten wir uns am AA1000-Standard. Dieser gilt als international anerkanntes Regelwerk für die Prüfung von Nachhaltigkeitsmanagement und CR-Berichterstattung. Ende 2011 führte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) eine betriebswirtschaftliche Prüfung durch, die eine gewisse Sicherheit hinsichtlich der Beachtung der AA1000-AccountAbility-Prinzipien in den CR-Prozessen und -Systemen („Typ 1-Prüfung“) der Deutschen Telekom bestätigt. Hierbei wurde die Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung berücksichtigt. Auch der vorliegende Bericht wurde von PwC unter Beachtung der AA1000-Prinzipien zur Erlangung einer gewissen Sicherheit geprüft. Damit haben wir unser Ziel einer „Typ 2 -Prüfung“ im Jahr 2012 erreicht.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Ausbau und Weiterentwicklung von Stakeholder-Dialogen	Ziel erreicht. • Vorstand unterzeichnet Changemaker-Manifest • Vorstand unterzeichnet „Leitbild für die deutsche Wirtschaft“ • Englischsprachiges Intranet für internationales CR-Managernetzwerk und Mitarbeiter der nationalen Beteiligungen • Verabschiedung einer Strategie zur Einbeziehung von Stakeholdern • Etablierung eines Prozesses zur Stakeholder-Einbeziehung unter Berücksichtigung der Anforderungen von AA1000  • Weiterentwicklung Materiality-Prozess • Ausbau der Zusammenarbeit mit CCCD und BBE im Bereich gesellschaftliches Engagement • Etablierung eines Expertenforums 50+
Intensivierung von Kundendialogen zum Thema Nachhaltigkeit	Umsetzung läuft. • Fortsetzung der Kommunikationsoffensive Nachhaltigkeit • Fortsetzung des Kundendialogs auf der Internet-Plattform nachhaltig-handeln.telekom.com • Fortsetzung des Dialogs auf Utopia.de • Kundendialog im Rahmen des „Deutschen Aktionstags Nachhaltigkeit“ in Berlin im Juni 2012

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Stakeholder-Erwartungen.

Grundvoraussetzung für die zielgerichtete Gestaltung von Stakeholder-Beziehungen ist die genaue Kenntnis ihrer Interessen und Sichtweisen. Dies betrifft zum einen die Themen, die unsere Stakeholder ^[1] für wichtig erachten, zum anderen ihre Vorstellungen von einem gelingenden Austausch mit uns.



CR-Engagement bei Experten und Bevölkerung anerkannt.

Für die Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten ist es wichtig zu ermitteln, wie diese von unseren Stakeholdern wahrgenommen und bewertet werden. Hierzu führen wir regelmäßig Messungen durch: In unserem Auftrag befragte TNS Infratest im August 2011 eine repräsentative Stichprobe aus der Bevölkerung und rund 300 CR-Experten. Im November 2011 wurde die Befragung der Bevölkerung wiederholt.

In der Wahrnehmung ihres CR-Engagements konnte die Telekom gegenüber 2010 leicht zulegen. Bei den untersuchten Unternehmen der ICT-Branche erhielt sie hierfür bei den Befragten aus der breiten Bevölkerung die höchsten Werte. Auch bei den Aspekten „Verantwortungsvolles Handeln“ sowie „Gesellschaftliches Engagement“ konnte sie sich verbessern. Deutlich stärker als in der Bevölkerung ist das Engagement der Telekom bei

CR-Experten präsent. In gestützter Befragung nannten die Experten beispielsweise die Frauenförderung, die Deutsche Telekom Stiftung oder Telekom@school. Die anschließende zweite Befragung der Bevölkerung bestätigte die zunehmende Bekanntheit der Initiative „Ich kann was!“, der Kooperation mit dem Verein Nummer gegen Kummer sowie der Handy-Rücknahme.

Die Ergebnisse aus dem Jahr 2011 gaben uns wichtige Anknüpfungspunkte für die inhaltliche Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten und die Weiterentwicklung unserer CR-Kommunikation. Außerdem dienten uns die Daten zur Aktualisierung der beiden Leadership-Indikatoren „Gesellschaftliches Engagement“ und „Verantwortungsvolles Handeln“, deren Werte wir im Verlaufe des Jahres 2011 deutlich steigern konnten. Ersterer bildet außerdem die Basis für unseren CR Key Performance Indikator (CR KPI) „Gesellschaftliches Engagement“. Eine detaillierte Beschreibung der CR KPI findet sich im Kapitel Strategie & Management.

Die Themen unserer Stakeholder.

Zur Ermittlung der wesentlichen Themen unserer Stakeholder  befragten wir im Februar 2012 zum fünften Mal unsere internen und externen Anspruchsgruppen. Die Befragung offenbarte Parallelen, aber auch einige Differenzen zwischen den beiden Stakeholder-Gruppen: In den drei CR-Handlungsfeldern weichen die Relevanzeinschätzungen von Telekom-Mitarbeitern und externen Stakeholdern wie bereits 2011 nicht wesentlich voneinander ab. Es existieren jedoch Themen, die von externer Seite als wichtiger eingestuft werden als von interner. Dazu gehören „Mobilfunk und Gesundheit“, „Positive Mitgestaltung des gesellschaftlichen Wandels in einer digitalisierten Welt“, „Corporate Volunteering “, „Barrierefreie Produkte und Dienste“ sowie „Smart Logistics“. Beim Thema „Positive Mitgestaltung des gesellschaftlichen Wandels in einer digitalisierten Welt“ weichen interne und externe Einschätzung insgesamt am stärksten voneinander ab. Insbesondere Themen, die die Mitarbeiter direkt betreffen wie „Work-Life-Balance“ und „Verantwortlicher Arbeitgeber“ werden von den Telekom-Beschäftigten höher bewertet als von externen Stakeholdern. Weitere Details sind folgenden Matrix-Darstellungen zu entnehmen:



Die Deutsche Telekom verpflichtete sich, die Themen, die die meisten Stimmen erhielten, besonders aufmerksam zu prüfen. Die am höchsten bewerteten Anliegen wurden in unsere CR-Roadmap aufgenommen. Mit ihr überwachen wir auf Basis monatlicher interner Berichte, in welchem Ausmaß wir unsere Ziele erreicht haben. Im Intranet sowie

auf der [Konzerninternetseite](#) werden wir über den Erfolg dieser Maßnahmen informieren.

Gesellschaftliche Anliegen unserer Stakeholder.

Ergänzend zur Bewertung der Themen unserer strategischen Handlungsfelder, waren die Teilnehmer unserer [Stakeholder-Befragung](#) aufgefordert, jene Anliegen zu bewerten, die 2011 von Stakeholdern an die Telekom herangetragen worden waren. Diese reichten von der Einrichtung von CO₂-Konten für Mitarbeiter über die Verbesserung der Kundeninformation bis zur verständlicheren Darstellung unserer Initiativen.

Mitarbeiter und externe Stakeholder ⁱⁱ waren sich bei der Identifikation folgender fünf Top-Themen im Wesentlichen einig:

- „Verankerung konkreter Anreizsysteme zur Förderung einer nachhaltigen Unternehmensführung auch für das Management“
- „Stärkere Verankerung von Nachhaltigkeit in die unternehmerischen Prozesse, so zum Beispiel auch in die Produktvermarktung und -gestaltung“
- „Verständlichere Darstellung unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten und Vermeidung von Anglizismen“
- „Vermeidung von Flugreisen durch den verstärkten Einsatz von Telefon-, Web- und Videokonferenzen im Konzern“
- „Ausbau der Förderung des Mitarbeiterengagements für soziale und gesellschaftliche Belange“

Auf die zusätzlich gestellten offenen Fragen erhielten wir außerdem zahlreiche wertvolle Anregungen und Kommentare, die wir ebenfalls zur Analyse der Stakeholder-Themen herangezogen haben und in unserer weiteren Strategieentwicklung berücksichtigen.

Erwartungen unserer Stakeholder an den Dialog mit uns.

Für die Gestaltung unserer Stakeholder-Beziehungen ist es wichtig zu verstehen, welche Erwartungen unsere Anspruchsgruppen an die Dialogpraxis stellen. Deshalb haben wir in den Interviews, die wir im Rahmen der [Strategie-Entwicklung](#) führten, gezielt nach den Erfordernissen eines erfolgreichen und damit für alle Seiten zufriedenstellenden Austauschs gefragt. Unsere zentrale Erkenntnis ist, dass sich die von uns angestrebte „Qualitätsführerschaft“ vor allem über eine methodisch veränderte Einbeziehung unserer Stakeholder ⁱⁱ erreichen lässt.

In den Gesprächen bestätigte sich, dass inzwischen eine Vielzahl von Unternehmen Stakeholder-Dialoge initiiert. Diese werden jedoch häufig nur punktuell geführt und die daraus resultierenden Ergebnisse scheinen wenig Einfluss auf das unternehmerische Handeln zu haben. Damit stellt sich für die eingebundenen Stakeholder ⁱⁱ zunehmend die Frage nach den faktischen Mitgestaltungsmöglichkeiten. Außerdem sollen die Ziele des jeweiligen Dialogs bereits zu Beginn möglichst klar definiert und die „Spielregeln“ verbindlich sein. Weiterhin erwarten unsere Stakeholder ⁱⁱ, dass sie über die Umsetzung der erarbeiteten Ergebnisse informiert werden.

Die hier geäußerten Erwartungen hatten maßgeblichen [Einfluss](#) auf die Gestaltung unseres strategischen Profils. Bei der Auswertung zeigte sich zudem, dass unsere

Prinzipien der Einbeziehung den Erwartungen der Stakeholder  bereits weitgehend entsprechen. Insbesondere sehen wir uns in der Überzeugung bestätigt, dass Stakeholder-Einbeziehung nur dann erfolgreich sein kann, wenn der Austausch auf Augenhöhe stattfindet. Deshalb haben wir auch den noch im letzten Jahr verwendeten Oberbegriff „Stakeholder-Management“, der diesem Verständnis nicht voll entspricht, durch „Stakeholder-Einbeziehung“ ersetzt.

Ziele und Ausblick 2012.

2012 werden wir unser Themen-Monitoring im Rahmen unserer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung ausbauen. Wir haben hierfür neue Befragungsinstrumente entwickelt. So beabsichtigen wir beispielsweise mit schnellen Befragungszyklen die Wirkung einzelner Projekte und Maßnahmen zu messen.

2012 wollen wir das auf diesen Befragungsinstrumenten beruhende sogenannte CR-Barometer für die Stakeholder-Gruppen Kunden und Mitarbeiter einsetzen. Wir planen außerdem die Einführung eines neuen Beobachtungsinstruments mit dem von NGOs adressierte Themen gesammelt und bewertet werden. Mit dem neuen Instrument verfügen wir über einen weiteren systematischen Prozess zur Identifizierung von Stakeholder-Positionen und erfüllen damit eine wichtige Anforderung des AA1000-Standards.



Erleben, was verbindet.

Corporate Responsibility Bericht 2011

Wir leben Verantwortung.

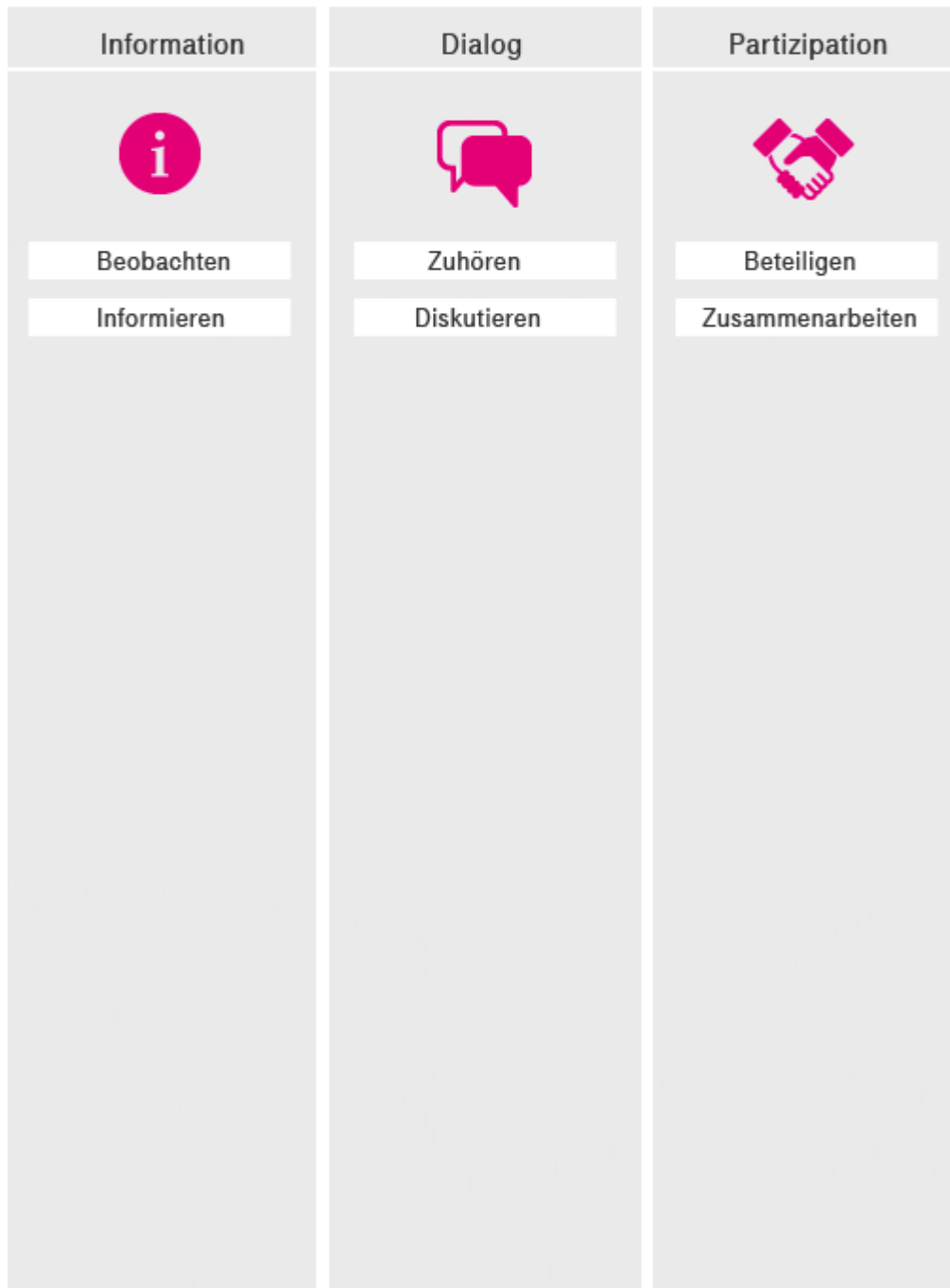
[Startseite](#) > [Strategie & Management](#) > [Stakeholder-Einbeziehung](#) > Formate der Einbeziehung

Formate der Einbeziehung.

 Inhalt durch PwC geprüft

Art und Ausmaß der Einbeziehung unserer Stakeholder ^[1] richtet sich nach dem Ergebnis einer fallbezogenen Relevanzanalyse. Je relevanter eine Stakeholder-Gruppe für das jeweilige Thema beziehungsweise Projekt ist, umso stärker wird sie einbezogen. Je nach Intensität unterscheiden wir drei Formen der Einbeziehung: Information, Dialog und Partizipation.

Grad der Einbeziehung unserer Stakeholder



Fokusthema 2011: Green ICT.

Im Rahmen unserer Strategieentwicklung haben wir 2011 auch unseren Dialogansatz weiterentwickelt. Dazu gehören jährlich wechselnde Fokusthemen für unsere unterschiedlichen Dialogformate. Im Berichtszeitraum lag der Fokus auf dem Thema „Green ICT “. Diesem Thema widmeten wir uns unter anderem in einer Dialogveranstaltung im Oktober und in einem „telegraphen_lunch“ Dezember 2011.

Breite Beteiligung: Mitgliedschaften & Kooperationen.

Über Mitgliedschaften bringen wir uns in Diskussionsprozesse ein und arbeiten in internationalen Gremien mit. Kooperationen gestatten uns, Themen, auf die wir als

einzelnes Unternehmen nur bedingt Einfluss nehmen können, gemeinsam mit anderen Akteuren anzugehen. In der folgenden Tabelle finden sich ausgewählte Mitgliedschaften und Kooperationen:

<u>ACHSE e.V.</u>
<u>American Chamber of Commerce Germany e.V.</u>
<u>Aktion Deutschland Hilft e.V.</u>
<u>B.A.U.M. e.V.</u>
<u>BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“</u>
<u>BITKOM Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V.</u>
<u>Bürgerschaftliches Engagement (BBE)</u>
<u>Bundesnetzwerk Bundesverband der Deutschen Industrie (BDI) e.V.</u>
<u>Bundesverband Deutsche Tafel e.V.</u>
<u>Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.</u>
<u>Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)</u>
<u>Bundesvereinigung Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.</u>
<u>Deutsche Telekom Stiftung</u>
<u>Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK) e.V.</u>
<u>Deutschlandstiftung Integration</u>
<u>DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei gemeinnützige Gesellschaft mbH</u>
<u>EU Corporate Leaders Group on Climate Change</u>
<u>European Telecommunication Standards Institute (ETSI)</u>
<u>European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO)</u>
<u>Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. (econsense)</u>
<u>Global e-Sustainability Initiative (GeSI)</u>
<u>GSMA</u>
<u>Initiative 2°</u>
<u>International Chamber of Commerce (ICC)</u>
<u>Nummer gegen Kummer e.V.</u>
<u>SOS-Kinderdorf e.V.</u>
<u>Sustainable Leadership Forum</u>
<u>Telefonseelsorge</u>
<u>World Economic Forum (WEF)</u>

Compliance.

Das Geschäft der Telekom beruht auf den Prinzipien Integrität und Wertschätzung. Compliance, verstanden als die Rechtmäßigkeit des Unternehmenshandelns, ist daher von maßgebender Bedeutung. Die Telekom bekennt sich klar zu ethischen Grundsätzen, die in den Konzernleitlinien und im Verhaltenskodex (Code of Conduct) verankert sind.

Alle Aktivitäten im Rahmen des Compliance-Managements stehen im Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften und dem Privacy Code of Conduct der Telekom, der den Umgang mit personenbezogenen Daten in der Deutschen Telekom Gruppe regelt.

Download  [Privacy Code of Conduct](#)

Compliance-Management zertifiziert.

Wesentliche Elemente des Compliance-Managementsystems sind die

- Etablierung einer Compliance-Organisation in allen wesentlichen Konzerneinheiten,
- die risikoorientierte Ableitung eines Compliance-Programms und dessen konsequente Umsetzung über Richtlinien, Schulungen und Beratungsangebote sowie
- die Sicherstellung einer geeigneten Reaktion auf Compliance-Verstöße.

Die Compliance-Organisation der Deutschen Telekom wurde im Hinblick auf die angemessene Umsetzung ihrer selbst definierten Mindestanforderungen und Implementierungsvorgaben zum 31. Dezember 2010 durch unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zertifiziert. Eine Rezertifizierung ist bis 2013 geplant.

Compliance-Organisation zentral verantwortet.

Die Verantwortung für das Compliance-Managementsystem ist bei der Telekom auf oberster Ebene angesiedelt: Der hohen Relevanz des Themas tragen wir mit dem im Jahr 2008 etablierten Vorstandsressort Datenschutz, Recht und Compliance Rechnung.

Konzernweite Strukturen ermöglichen bereits seit 2005 ein effizientes Management von Compliance. Die Compliance-Organisation besteht aus dem Chief Compliance Officer, dem Compliance Committee und einer zentralen und dezentralen Compliance-Organisation. Die Compliance-Organisation entwickelt konzernweite Standards, Instrumente und Prozesse, mit denen regelkonformes Verhalten im Unternehmen gestärkt werden soll.

Compliance Committee: Internes Beratergremium.

Im Compliance Committee sind Führungskräfte aus folgenden Bereichen vertreten:

- Compliance

- Recht
- Datenschutz
- Revision
- Personal

Das Gremium hat die Aufgabe, Strukturen für ein funktionsfähiges Compliance-Management-System einzurichten und zu überwachen sowie den Vorstand in allen relevanten Fragen zu Compliance zu beraten. Der Chief Compliance Officer hat den Vorsitz im Compliance Committee.

Compliance Officer: Schlüsselrolle im Compliance-Management.

Der Chief Compliance Officer ist dem Konzernvorstand für das Ressort Datenschutz, Recht und Compliance unterstellt. Er bildet die Schlüsselposition für die Einrichtung sowie die dauerhafte Funktionsfähigkeit des Compliance-Managementsystems. Der Chief Compliance Officer informiert den Konzernvorstand und den Prüfungsausschuss des Aufsichtsrats der Deutschen Telekom über den aktuellen Stand der Compliance-Aktivitäten im Konzern. Der Prüfungsausschuss hat entsprechend dem Deutschen Corporate Governance Kodex auch die Aufgabe, sich mit Fragen der Compliance zu befassen. Der Chief Compliance Officer hat außerdem ein direktes Vorspracherecht beim Prüfungsausschuss und kann durch diesen unmittelbar beauftragt werden.

Internationale Zusammenarbeit verbessert.

Der Konzernvorstand und die Organe der Beteiligungsgesellschaften müssen eine angemessene Compliance-Organisation sicherstellen. Der Bereich Group Compliance Management (GCM) unterstützt die Organe der Gesellschaften bei der Sicherstellung von Compliance. Dazu dienen als rechtliche Basis sogenannte Intra Group Compliance Agreements, die als Vertrag zwischen dem Telekom-Konzern und den direkten Beteiligungsgesellschaften die Rechte und Pflichten der Beteiligten definieren.

Unterschiedliche Rechtsprechungen und kulturelle Wertvorstellungen in den verschiedenen Ländern, in denen die Deutsche Telekom vertreten ist, stellen eine wesentliche Compliance-Herausforderung dar. Um der internationalen Ausrichtung des Konzerns noch besser gerecht zu werden, werden strategische Themen mit einem Internationalen Compliance Advisory Team besprochen und eine gemeinschaftliche Vision entwickelt. Das Internationale Compliance Advisory Team gibt als „Trendsetter“ Impulse für die Gestaltung und Implementierung einer ausgewogenen Compliance im Deutschen Telekom Konzern.

Die konzernweite Zusammenarbeit fördern wir seit Jahren mit einem jährlichen Treffen von Vertretern aller Compliance-Organisationen der Landesgesellschaften, den „International Compliance Days“. Am 8. und 9. September 2011 folgten 115 Vertreter aus 24 Ländern der Einladung des zentralen Compliance-Bereichs nach Bonn. Auf der mittlerweile siebten Veranstaltung dieser Art wurden die zukünftige Ausrichtung der Compliance-Aktivitäten und Optimierungsmöglichkeiten der internationalen Zusammenarbeit diskutiert. Die nächsten International Compliance Days werden im April 2012 in Bonn stattfinden.

Compliance-Richtlinien erneuert und implementiert.

Im Berichtszeitraum wurden die Konzernrichtlinie zur Vermeidung von Korruption und sonstigen Interessenkonflikten (kurz Antikorruptionsrichtlinie) und die Konzernrichtlinie zur Annahme und Gewährung von Vorteilen (kurz Vorteilsrichtlinie) überarbeitet.

Die Antikorruptionsrichtlinie dient als Dachrichtlinie oder auch als Bindeglied zwischen den Grundsätzen des Code of Conduct und den Detailregelungen der konkretisierenden Richtlinien, die die Vorteilsannahme und -gewährung, Sponsoring, Spenden, Zuwendungen im politischen Raum, den Umgang mit Beratern, das Insiderhandelsverbot und das Verbot wettbewerbsbeschränkender Absprachen regeln. Darüber hinaus definiert die Antikorruptionsrichtlinie Organisationspflichten und Maßnahmen zur Vermeidung von Korruption und sonstigen Interessenkonflikten. Die Vorteilsrichtlinie regelt den Umgang mit Geschenken, Bewirtung und Einladungen zu Events in Geschäftsbeziehungen.

Diese Richtlinien werden nun konzernweit rechtswirksam und -verbindlich implementiert. Zunächst haben wir in den nationalen Konzerneinheiten die Beschlüsse der Gesellschaftsorgane eingeholt, dann wurden die Richtlinien national den Mitarbeitern bekannt gemacht. International gestaltet sich der Prozess aufwendiger, weil wir zunächst prüfen müssen, ob die Richtlinien mit dem jeweiligen nationalen Recht vereinbar sind. Begleitet wird die Einführung durch Kommunikations- und Trainingskampagnen.

Mitarbeiterschulungen zur Stärkung von Compliance.

Der Bereich Group Compliance Management führte im Berichtszeitraum E-Learnings sowie individuelle Präsenztrainings mit Führungskräften und Mitarbeitern durch, etwa zum Code of Conduct, zu allgemeinen und risikospezifischen Compliance-Themen oder zur Annahme und Gewährung von Vorteilen.

Im Jahr 2012 werden wir weitere webbasierte Trainings zu den Grundsätzen ethischen Unternehmenshandelns fertigstellen. So starten wir im Mai 2012 ein E-Learning ⁱ zum Thema Antikorruption, das die Inhalte der aktuellen Antikorruptionsrichtlinie vermittelt und zur Auffrischung der Inhalte früherer Schulungen dienen soll. Dieses E-Learning ⁱ wird im Anschluss – mit den entsprechenden lokalen Anpassungen – auch in den internationalen Beteiligungen eingeführt.

Neues E-Learning-Modul sensibilisiert für kartellrechtliche Risiken.

Die Anforderungen an die kartellrechtliche Compliance steigen stetig. Um die Risiken zu reduzieren, sensibilisieren wir unsere Mitarbeiter für die möglichen Folgen einer Nichtbeachtung kartellrechtlicher Normen. Voraussichtlich im zweiten Quartal 2012 werden wir den Beschäftigten der Telekom in Deutschland hierfür ein neues E-Learning-Modul zur Verfügung stellen. Im Laufe des Jahres 2012 wird dieses auch international eingeführt.

E-Learning-Modul zu Grundlagen der Compliance.

Im April 2012 werden wir das E-Learning-Modul „Compliance – bewusst leben“ starten. Es vermittelt die Grundlagen und Anforderungen in den wichtigsten Compliance-Feldern und führt den Nutzer in unsere Leitlinien, unseren Code of Conduct, geltende

Rechtsvorschriften sowie interne Richtlinien ein. Das Schulungsangebot richtet sich an alle Mitarbeiter in Deutschland, kann auf Wunsch jedoch auch international eingesetzt werden.

Internet-Portale für Prävention und Beratung.

Ask me!

Zur Prävention von Compliance-Risiken haben wir 2008 das Portal „[Ask me!](#)“ eingerichtet. Mitarbeiter können darüber compliancerelevante Fragen zum Beispiel zum Code of Conduct sowie zu Gesetzen und internen Richtlinien stellen. „[Ask me!](#)“ bietet zuverlässige Informationen, die die Beschäftigten in ihrer täglichen Arbeit umsetzen können.

Tell me!

Bei der Aufklärung von Verstößen gegen interne Richtlinien, Gesetze oder Verhaltensgrundsätze sind wir auf die Wachsamkeit unserer Beschäftigten, Geschäftspartner, Kunden und weiterer Stakeholder  angewiesen. „[Tell me!](#)“ ist ein auch für Externe zugängliches Portal, mit dem über E-Mail, Telefon oder per Fax Hinweise auf regelwidriges Verhalten gegeben werden können. Trotz der Deregistrierung von der New York Stock Exchange im Jahr 2010 werden wir dieses Portal weiter betreiben – auch wenn wir nicht mehr gesetzlich zur Bereitstellung eines öffentlichen Meldesystems verpflichtet sind.

Förderung von Compliance im Kundenkontakt.

Die Förderung von integrem und rechtlich einwandfreiem Verhalten im Kundenkontakt unterstützt das Ziel der Deutschen Telekom, als bestangesehenes Dienstleistungsunternehmen der Branche wahrgenommen zu werden. Deshalb haben wir 2010 ein „Customer Contact Compliance“-Programm zur Förderung der Integrität im Kundenkontakt initiiert. Im Fokus stehen dabei die bedarfsgerechte Beratung sowie die wirksame Implementierung vertriebskanal- und länderspezifischer Maßnahmen. Wir starteten das Programm zunächst bei der Telekom Deutschland und später bei der Magyar Telekom.

Nach der erfolgreichen Umsetzung in diesen beiden Ländern wurde die Initiative im Jahr 2011 in weiteren Landesgesellschaften international implementiert. Entsprechende Maßnahmenpläne sind im jährlichen Compliance-Programm der Deutschen Telekom integriert. Die nachhaltige Umsetzung wird konsequent überwacht.

Ermittlungen wegen Korruptionsverdacht.

Für Korruption gilt in der Telekom das Null-Toleranz-Gebot. Verstöße werden konsequent verfolgt und aufgedeckt, um ein Maximum an Transparenz herzustellen.

Untersuchung von Verträgen in EJR Mazedonien und Montenegro.

Im Rahmen der Abschlussprüfung der Magyar Telekom für das Geschäftsjahr 2005 wurden Verträge identifiziert, deren angemessener wirtschaftlicher Hintergrund seinerzeit nicht vollständig festgestellt werden konnte. Der Prüfungsausschuss der Magyar Telekom

beauftragte daraufhin eine unabhängige Rechtsanwaltskanzlei, betreffende Verträge auf ihre Rechtmäßigkeit zu untersuchen. 2011 haben Magyar Telekom und die Deutsche Telekom mit der US-Börsenaufsicht (Securities and Exchange Commission, SEC) und dem US-Justizministerium (U.S. Department of Justice, DOJ) Vereinbarungen zum Abschluss der Untersuchungen wegen Verletzungen des US-amerikanischen Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) geschlossen. Im Geschäftsbericht 2011 finden sich hierzu weitere Informationen.

Prüfung von Unregelmäßigkeiten im Sponsoring von T-Systems International.

Im Rahmen einer internen Untersuchung, die durch einen anonymen Hinweis ausgelöst worden war, hat sich der Verdacht ergeben, dass es in der Geschäftsbeziehung zwischen der T-Systems International GmbH und einem großen Automobilhersteller unter Verstoß gegen Compliance-Richtlinien Absprachen über die wechselseitige Verknüpfung eines Sponsoringengagements mit der künftigen Vergabe von Aufträgen über IT-Dienstleistungen gegeben hat. Aufgrund dieses Sachverhalts hat sich die T-Systems International GmbH mit sofortiger Wirkung von ihrem ehemaligen CSO, dem zuständigen Vertriebsleiter sowie einem externen Berater getrennt und den internen Untersuchungsbericht der zuständigen Staatsanwaltschaft zur weiteren Prüfung zugeleitet. Die Staatsanwaltschaft hat auf Grundlage des Untersuchungsberichts ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren eingeleitet, das durch Anklageerhebung beim Landgericht in Stuttgart beendet wurde. Das Landgericht entscheidet nun über die Eröffnung des Hauptverfahrens.

Wesentliche laufende Rechtsverfahren.

Die Deutsche Telekom ist Partei in mehreren gerichtlichen und außergerichtlichen Verfahren mit Behörden, Wettbewerbern sowie anderen Beteiligten. Von besonderer Bedeutung sind aus Sicht der Deutschen Telekom die im Geschäftsbericht 2011 aufgeführten Verfahren.

Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis.

Die Einhaltung der Menschenrechte ist im Selbstverständnis der Telekom verankert und weltweit gelebte Praxis. In unserem konzernweit gültigen Verhaltenskodex Code of Conduct legen wir unsere Anforderungen an ethisches Verhalten dar. Die im Jahr 2003 verabschiedete Sozialcharta ^[1] definiert außerdem konzernweit gültige Regeln zum Umgang mit Mitarbeitern und Zulieferern. Diese basieren auf den Prinzipien des Global Compact ^[2] der Vereinten Nationen sowie den Leitlinien der International Labor Organisation (ILO) und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD). In einer jährlich stattfindenden Abfrage prüfen und monitoren wir die Einhaltung der darin festgelegten Regeln.

Über Menschenrechtsfragen hinaus halten wir in allen unseren Märkten die geltenden Arbeitnehmerrechte ein und setzen zum Teil höhere Maßstäbe an. Mindeststandards im Umgang mit unseren Mitarbeitern definieren außerdem die Diversity-Policy der Telekom, mit der wir Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, religiöser Glaubensprägung und sexueller Orientierung unterbinden wollen.

Da die Deutsche Telekom in mehr als 50 Ländern der Welt vertreten ist, ist es nicht möglich, ein gesamtgültiges Beispiel für unsere hohen Standards zu nennen – zu unterschiedlich sind die gesetzlichen Arbeitnehmerrechte in den einzelnen Ländern. Dennoch bietet die Deutsche Telekom ihren vielfältigen und internationalen Beschäftigten weltweit mit der „Employee Relations Policy“ einen einheitlichen Rahmen und eine globale kulturelle Klammer. Dadurch bekennt sich der Konzern zu weltweit einheitlichen Mindeststandards in der Gestaltung der Beziehungen zu seinen Beschäftigten unter gleichzeitiger Berücksichtigung der jeweils national gültigen Gesetze, der unterschiedlichen Kulturen und Bedürfnisse. Die Employee Relations Policy definiert die Kernelemente der Personalpolitik der Deutschen Telekom und beschreibt, wofür wir in den Beziehungen zu unseren Beschäftigten weltweit stehen. Diese Beziehungen werden von unseren gemeinsamen Werten geprägt und leiten sich aus unseren fünf Guiding Principles sowie aus weiteren Konzernrichtlinien ab. Darüber hinaus enthält die Employee Relations Policy Aussagen zum Thema Mitarbeiterentwicklung, zum verantwortungsvollen Umgang mit Veränderungen, zu Gesundheit und Nachhaltigkeit, fairer Bezahlung, der Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, Führung, Diversity, zum Verbot von Diskriminierung, zur Kommunikation sowie zum Umgang mit dem Sozialpartner.

Ein Beispiel ist T-Mobile USA. Die Landesgesellschaft respektiert das US-Arbeitsrecht ohne jede Ausnahme, das heißt auch die Regelungen und gesetzlich vorgeschriebenen Prozesse zum Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren. Hierdurch wird das Recht zur Koalitionsfreiheit manifestiert. T-Mobile USA hindert keinen Arbeitnehmer daran, sich gewerkschaftlich zu organisieren und benachteiligt auch niemanden, der dies versucht. Bis zum heutigen Tag hat sich die überwiegende Mehrheit der Mitarbeiter von T-Mobile USA nicht für eine gewerkschaftliche Vertretung entschieden. Nur in zwei Betrieben im Nordosten der USA mit jeweils unter 20 Beschäftigten haben bisher Wahlen zur Gewerkschaftsanerkennung stattgefunden. In Connecticut entschieden sich die Mitarbeiter für eine gewerkschaftliche Vertretung, in einem weiteren Betrieb in Long Island (NY) dagegen. Beide Wahlen wurden streng nach den US-amerikanischen Gesetzen abgehalten und die Ergebnisse vom zuständigen National Labor Relations Board bestätigt.

Darüber hinaus gibt es in den einzelnen Landesgesellschaften Aktivitäten, mit denen wir über lokale Standards und gesetzliche Bestimmungen hinausgehen. So findet bei T-Systems South Africa zum Beispiel ein regelmäßiger Austausch zwischen Management und Mitarbeitern statt, obwohl keine Gewerkschaft im Betrieb vertreten ist. Dieser sogenannte „Employee Consensus Seeking Approach“ trägt dazu bei, dass die Belange der Mitarbeiter frühzeitig in die unternehmerischen Entscheidungen einbezogen und darin berücksichtigt werden.

Weiterhin sind wir mit unserem Health & Safety Management System in 17 Ländern aktiv und haben uns mit insgesamt 30 Landesgesellschaften über dessen Einführung abgestimmt. Im nächsten Schritt entwickeln wir gemeinsam mit Universitäten, Instituten, Berufsgenossenschaften sowie Partnerunternehmen Standards, die über geltende Arbeitnehmerrechte hinausgehen und für den Telekom-Konzern weltweit gelten sollen.

Risiko- & Chancenmanagement.

Die Unternehmensumwelt der Telekom wird immer komplexer und dynamischer. Technologische Entwicklungen, staatliche Regulierung und ein sich verschärfender Wettbewerb erfordern ein systematisches und vorausschauendes Management von Risiken und Chancen.

Das konzernweite Risiko- und Chancenmanagementsystem ist ein zentrales strategisches Instrument der Unternehmenssteuerung. Es hilft uns, negative Auswirkungen und Potenziale aktueller und zukünftiger Entwicklungen frühzeitig zu erkennen, zu bewerten und deren Folgen unter Kontrolle zu halten.

Der Geschäftsbericht 2011 der Deutschen Telekom gibt ausführlich Auskunft über aktuelle Chancen und Risiken, die auch in Bezug auf die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Bedeutung sind.

Datenschutz.

Millionen von Kunden vertrauen der Telekom ihre Daten an. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, hat der sorgsame Umgang mit personenbezogenen Daten für uns oberste Priorität. Wir haben ein umfangreiches Maßnahmenpaket entwickelt und das Thema im Vorstandsressort Datenschutz, Recht und Compliance auf oberster Ebene im Konzern verankert. Regelmäßig stellen wir uns der kritischen Prüfung durch einen externen Datenschutzbeirat und unabhängige Zertifizierungen.

Wir legen großen Wert auf Transparenz. Deshalb veröffentlichen wir als erstes der DAX-30-Unternehmen einen jährlichen Datenschutzbericht, der sämtliche diesbezüglichen Vorgänge im Konzern dokumentiert. 2011 haben wir erstmals einen gemeinsamen Bericht zu Datenschutz und Datensicherheit herausgegeben.

Download  Bericht [Datenschutz und Datensicherheit 2011](#)

Darüber hinaus berichten wir auf www.telekom.com/datenschutz über alle internen Vorkommnisse im Bereich Datendiebstahl und Datenmissbrauch, die bei Ermittlungsbehörden angezeigt wurden, präsentieren aktuelle Maßnahmen zur Verbesserung des Datenschutzes und geben wichtige Hinweise für einen sicheren Umgang mit persönlichen Daten.

Politik & Regulierung.

Als global agierendes Unternehmen mit einer starken europäischen Vertretung ist die Deutsche Telekom Gesprächspartner für Regierungen, Parlamente, Behörden und auch Nichtregierungsorganisationen zu allen Fragen der ICT und Innovation. Mit Konzernsitz in Deutschland erfahren wir besondere Aufmerksamkeit von den inländischen Institutionen. Ebenso sind wir in Brüssel mit einer Repräsentanz gegenüber den Institutionen der Europäischen Union, aber auch Verbänden und gesellschaftlichen Organisationen vertreten. Darüber hinaus stehen wir im aktiven Dialog mit den entsprechenden Institutionen in den Ländern, in denen die Deutsche Telekom tätig ist – vor allem in den europäischen Märkten und in den Vereinigten Staaten.

Politik und Regulierungsbehörden nehmen Einfluss auf die Entwicklung und Verfügbarkeit von Netzinfrastruktur, Technologien und Dienste, die für zukünftige ICT-Lösungen, wie zum Beispiel Cloud Computing , benötigt werden. Dies hat nicht nur unmittelbare Folgen für die Wettbewerbsfähigkeit der Telekommunikationsunternehmen, sondern auch für die Wirtschaft insgesamt, die auf eine schnelle Netzinfrastruktur ebenso angewiesen ist wie auf moderne Telekommunikationsdienste. Neben der wirtschaftlichen Dimension besitzen Netze und Dienste eine erhebliche Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Um diese Herausforderungen angehen zu können, sind Entscheidungsträger in Parlamenten, Behörden und Regierungen maßgeblich auf den Austausch mit gesellschaftlichen Vertretern und Unternehmen angewiesen. Im Berichtszeitraum suchten sowohl der Bundestag als auch die Bundesregierung den Austausch zur Überarbeitung des Telekommunikationsgesetzes. Die Deutsche Telekom bemüht sich deshalb um einen aktiven und ständigen Dialog mit interessierten Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft.

Unsere Partner aus Parlamenten, Regierungen und gesellschaftlichen Organisationen müssen ihre Unabhängigkeit und Integrität wahren. Dieser Grundsatz ist in den Anfang 2011 erneuerten Mitarbeiterleitlinien der Telekom festgeschrieben. Beispielsweise untersagen sie Spenden an politische Institutionen in Deutschland und intransparente Beeinflussungspraktiken. So setzen wir in unserer politischen Kommunikation auf Fakten, Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Integrität. Darüber hinaus ist die Deutsche Telekom in Brüssel transparent im öffentlichen Lobbyistenregister mit allen erforderlichen Informationen registriert. Erst dadurch werden Informationen der Telekom von den Empfängern als authentisch und vertrauenswürdig erachtet und finden Eingang in die Meinungsbildungsprozesse von Politik und gesellschaftlichen Gruppen.

Stärkere investitionsfördernde Regulierung für Breitbandnetze notwendig. 

Die Deutsche Telekom setzt sich für eine zukunftsweisende Regulierung ein, die Investitionen in Breitbandanschlüsse der nächsten Netzgeneration fördert. Dies kann nur durch stärkere Investitionsanreize und erhöhte Planungssicherheit für die Branche erreicht werden. Der neue EU-Rechtsrahmen für die Telekommunikation trägt diesem

Anspruch bereits Rechnung und setzt entscheidende Impulse. Von zentraler Bedeutung für die Telekom ist, dass dieser Rahmen nach der Umsetzung in allen EU-Mitgliedstaaten auch in der täglichen Regulierungspraxis der nationalen Aufsichtsbehörden für Telekommunikation Anreize für die notwendigen Investitionen in den Ausbau der Netze schafft. Zu diesen gehören

- die Stärkung der Planungs- und Rechtssicherheit für Investoren vor Beginn des Netzausbaus,
- der Vorrang von Marktlösungen vor Regulierung,
- eine regional differenzierte Regulierung, die den regionalen Wettbewerbsverhältnissen Rechnung trägt,
- verbesserte Möglichkeiten zur fairen Risikoverteilung zwischen Investoren und Wettbewerbern, die Zugang zu deren Infrastruktur anstreben, sowie
- die Nutzung von Synergien durch verbesserte Möglichkeiten der Mitnutzung vorhandener Infrastrukturen sämtlicher Netzbranchen.

Bewahrung des offenen Internets.

Das Thema Netzneutralität genoss auch im aktuellen Berichtszeitraum besondere öffentliche Aufmerksamkeit: Konkret wird befürchtet, dass das heutige Internet zukünftig eingeschränkt werden könnte. Bisher frei zugängliche Dienste würden dann nur noch gegen einen Aufpreis oder gar nicht mehr angeboten. Die Deutsche Telekom ist aber dem offenen Internet verpflichtet. Auch in Zukunft werden Inhalte und Dienste nach dem „Best Effort“-Prinzip im Internet zugänglich sein.

Die Deutsche Telekom wird ihre Transportkapazität dafür stetig erweitern und die Infrastruktur ausbauen, um den steigenden Datenverkehr unserer Kunden zu bewältigen und Innovationen in ihrem Netz zu ermöglichen. Nur so können wir die steigende Nachfrage der Kunden bedienen und den Anspruch der Anbieter von Online-Inhalten und -Anwendungen erfüllen, ihre Dienste auch in Zukunft in entsprechender Qualität anzubieten. Ohne Netzwerkmanagement wären Telekommunikationsnetze nicht zu betreiben.

Aufbauend auf dem „Best Effort“-Internet entwickelt die Deutsche Telekom deshalb Geschäftsmodelle, bei denen die Internet-Wirtschaft innovative Dienste anbieten kann, die bestimmte Anforderungen an die Übertragungsqualität stellen. Im Wettbewerb mit anderen Telekommunikationsnetzbetreibern kann die Telekom dabei auch in Zukunft auf nicht-diskriminierende Weise unterschiedliche Qualitätsstandards vermarkten. Dadurch wird auch die mittel- und langfristige Finanzierung des Breitbandnetzausbaus gefördert. So können Verbrauchern mehr Auswahl und eine gesicherte hohe Qualität angeboten werden.

Die Deutsche Telekom unterstützt die Transparenz- und Informationsverpflichtungen für die Dienstqualität. Die Verpflichtungen wurden mit der europäischen Richtlinienvorgabe von 2009 erlassen und sind in nationales Recht umgesetzt worden, oder befinden sich Anfang 2012 noch in der Umsetzung. Dabei erhalten die nationalen Regulierungsbehörden die Möglichkeit, Mindestanforderungen für die Qualität der Dienste zu definieren. Diese gesetzlichen Vorgaben in Verbindung mit dem allgemeinen

Wettbewerbsrecht können die Offenheit des Internet nachhaltig sicherstellen – ohne neue Gesetze oder Verordnungen.

Verbraucherpolitischer Dialog gestärkt.

Die Deutsche Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, das bestangesehene Service-Unternehmen der Branche zu werden. Verbraucherpolitischen Themen räumen wir darum 2011 eine hohe Priorität ein. Zudem verstärkten wir die internen verbraucherpolitischen Strukturen. So soll der Austausch zwischen unserer Produkt- und Dienstentwicklung und externen Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft verbessert werden. Im Hinblick auf die Gesetzgebung und den Stakeholder-Dialog sowie im Bemühen, freiwillige Regelungen für die Branche zu schaffen, engagieren wir uns unter anderem für folgende zentrale Themen:

- Sicherstellung des Verbraucherdatenschutzes
- Neue, gemeinsam mit Wettbewerbern auf europäischer Ebene unternommene Initiativen zum Jugendschutz entlang der gesamten Wertschöpfungskette
- Verbesserung der Standards im Kundenservice
- Verbraucherschutz in der Telekommunikation, zum Beispiel bei Anbieterwechsel und Umzug

Die Telekom verfolgt in allen Themenfeldern einen konstruktiven und lösungsorientierten Ansatz, der sowohl Verbraucherbedürfnisse als auch Unternehmensinteressen verbindet.

Regionale Wertschöpfung.

Es gehört zum Selbstverständnis der Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen, einen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung und zur sozialen Stabilität an den Standorten zu leisten. Im Geschäftsjahr 2011 erwirtschafteten wir mit weltweit 235 132 Mitarbeitern (Stand: 31.12.2011) einen Umsatz in Höhe von 58,7 Milliarden Euro – mehr als die Hälfte davon außerhalb Deutschlands. Insgesamt vergab die Deutsche Telekom im Jahr 2011 Aufträge im Wert von 18,4 Milliarden Euro. An diesen Zahlen wird deutlich, dass die wirtschaftliche Entwicklung an unseren Standorten eng mit dem langfristigen Unternehmenserfolg verbunden ist.

Nettowertschöpfung der Telekom.

Die Telekom berichtet jedes Jahr transparent über die Nettowertschöpfung des Konzerns. Daran ist abzulesen, wie einzelne Anspruchsgruppen von der Unternehmensleistung profitieren. Über Löhne und Gehälter sowie Aufwendungen für Altersversorgung stärkten wir beispielsweise die regionale Kaufkraft und Versorgungssicherheit an unseren Standorten. Die Nettowertschöpfung fiel von 33,3 Milliarden Euro im Vorjahr auf 31,1 Milliarden Euro im Jahr 2011.

Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft.

In den vergangenen Jahren – so auch im Berichtszeitraum – lag ein Schwerpunkt unserer Investitionen auf dem flächendeckenden Ausbau schneller und stabiler Netze. Unser sogenannter Cash CAPEX , eine Kennzahl, die Investitionen in Anlagen und Systeme zusammenfasst, lag im Jahr 2011 für Deutschland bei 3 644 Millionen Euro. Davon wurden 1 028 Millionen Euro in immaterielle Vermögenswerte (ohne Goodwill) und 2 616 Millionen Euro in Sachanlagenvermögen investiert.

In Deutschland und in den Landesgesellschaften unterstützen wir darüber hinaus Initiativen und bieten bedarfsgerechte Angebote an, um benachteiligten Menschen Zugang zu neuen Kommunikationstechnologien und Medien zu ermöglichen. Dazu gehören:

- Sondertarife für einkommensschwache und schwerbehinderte Menschen
- Vielfältiges Engagement im Bereich Medienkompetenz
- Förderung der Integration sozial benachteiligter Menschen

Indem die Telekom sich für eine gerechte Teilhabe an Bildung, Wissen und Kommunikation für alle Menschen einsetzt, trägt sie zu einer Überwindung der digitalen Kluft bei. Dadurch leistet der Konzern an seinen Standorten und in seinen Märkten einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Attraktivität und Wettbewerbsfähigkeit.

Bildung: Basis einer zukunftsfähigen Gesellschaft.

Mit 9 600 Auszubildenden und Studenten in dualen Studiengängen sind wir im Ausbildungsjahr 2011/2012 einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland. Darüber hinaus leistet die Deutsche Telekom Stiftung kontinuierlich einen wichtigen Beitrag zur deutschen Bildungslandschaft.

Investitionen am Forschungsstandort Deutschland.

Die Entwicklung innovativer ICT-Lösungen ist nicht nur in unserer Branche, sondern auch in vielen anderen Wirtschaftszweigen ein wesentlicher Wachstumstreiber.

Die Deutsche Telekom Laboratories (T-Labs) sind die zentrale Forschungs- und Entwicklungseinheit des Telekom Konzerns. Neben den Standorten in Berlin und Darmstadt unterhalten wir Institute in Israel und in den USA. Im Jahr 2011 forschten insgesamt 360 Telekom-Experten in den T-Labs  an schnellen, sicheren und nachhaltigen Kommunikationslösungen.

Zusätzlich engagieren wir uns in der Finanzierung von Lehrstühlen und in Kooperation mit Universitäten für die Entwicklung zukunftsweisender Ideen. Der Forschungs- und Entwicklungsaufwand der Telekom lag im Jahr 2011 bei 121,4 Millionen Euro.

Netze.



Verbraucht der Ausbau von Hochleistungsnetzen nicht mehr Energie, als die neue Technik einsparen kann?

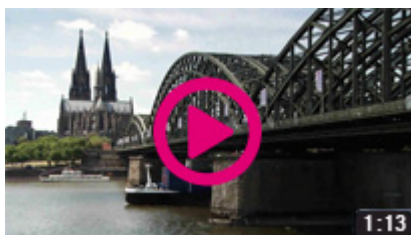
Mehr erfahren

Netze.

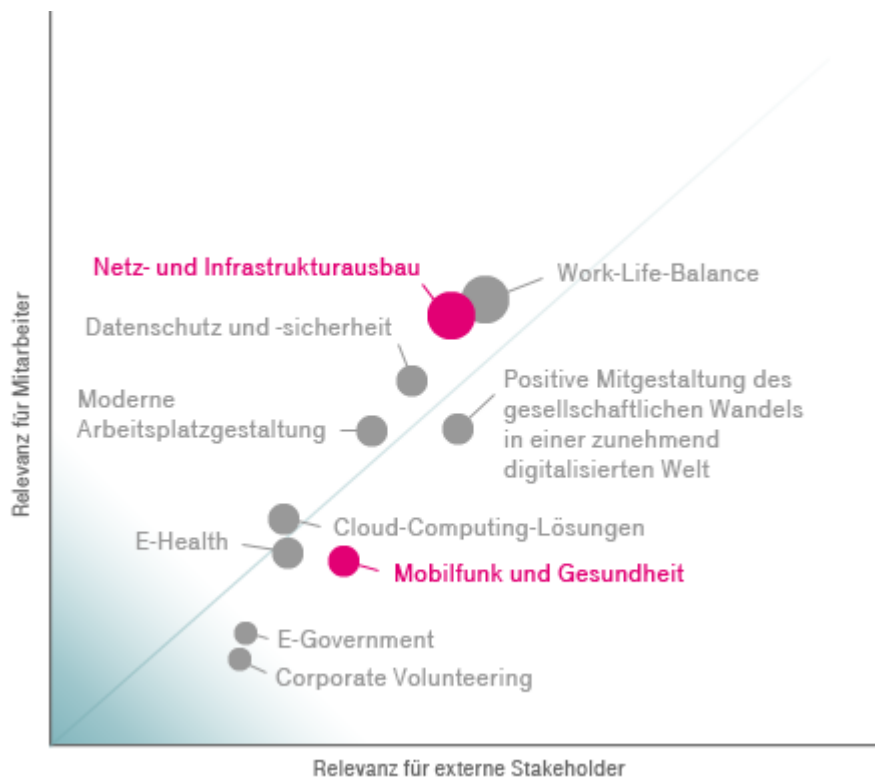
Wir treiben den flächendeckenden Ausbau der Breitbandinfrastruktur in allen unseren Märkten voran. Denn schnelles Internet und zuverlässige Mobilfunk-Verbindungen sind wesentliche Voraussetzungen für eine chancengleiche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Bisher unversorgte Gebiete versorgen wir verstärkt mit Mobilfunk-Technologie der vierten Generation (4G) als Festnetz-Ersatz mit hohen Datenraten. Bereits zum zwölften Mal in Folge wurden wir 2011 als „Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres“ ausgezeichnet.

ICT-Netze müssen dem gesellschaftlichen Zusammenhalt dienen.

Wie schaffen wir den Sprung in das neue digitale Zeitalter? Welchen Beitrag leistet die Telekom?



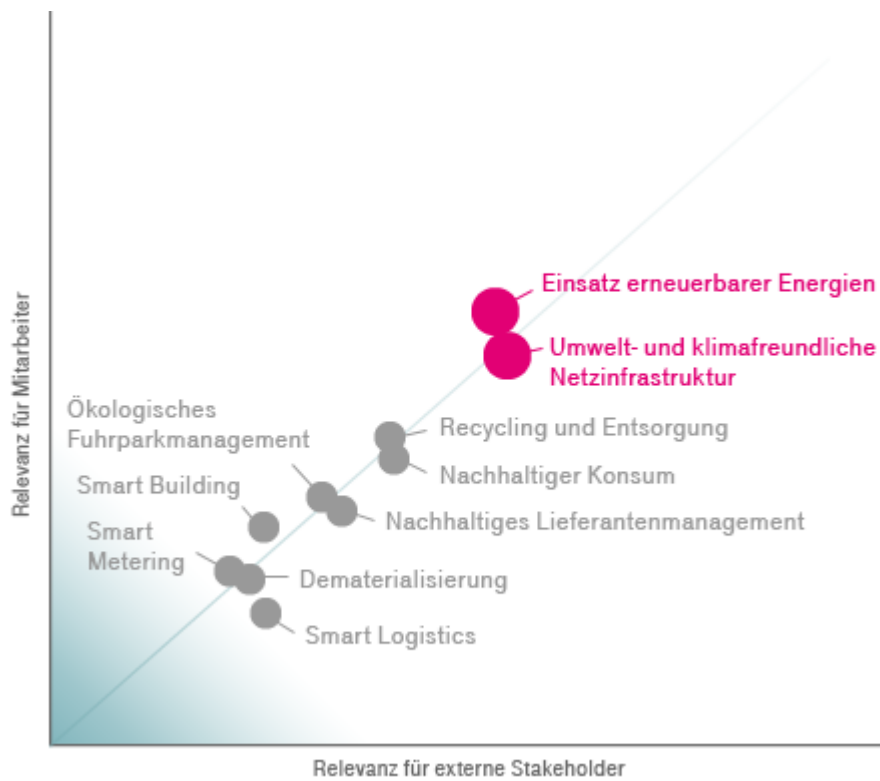
Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“



Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“



Handlungsfeld „Klimaschutz“



Die Matrizen bilden die Ergebnisse unserer 2012 durchgeführten Stakeholder-Befragung ab. Mit der Befragung ermitteln wir die Relevanz, die unsere internen und externen Anspruchsgruppen den verschiedenen Themen unserer CR-Handlungsfelder beimessen. Weitere Informationen zur Stakeholder-Befragung finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Netz- & Infrastrukturausbau.

Die digitale Vernetzung ist einer der Haupttrends der modernen Informationsgesellschaft. Eine flächendeckende Breitbandversorgung wird dadurch zu einer zentralen Voraussetzung für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Für viele Menschen – insbesondere im ländlichen Raum – besteht diese Möglichkeit allerdings bisher nicht oder nur ungenügend: Eine digitale Kluft spaltet die Gesellschaft. Im Rahmen unseres CR-Handlungsfelds „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ fördern wir daher mithilfe neuer Technologien gezielt die Anbindung bisher unerschlossener Gebiete.

Immer leistungsfähigere Standards sorgen mittlerweile auch in entlegenen Regionen für höchste Datenübertragungsgeschwindigkeiten:

- ADSL und ADSL2+
- VDSL
- GPRS/UMTS und HSDPA/HSUPA
- LTE

Die Netzinfrastuktur ist das Herzstück unseres Geschäfts. Die Telekom baut und betreibt Netze, die den hohen Anforderungen der Gigabit-Gesellschaft  genügen. Welche Schritte die Telekom auf dem Weg zum Netz der Zukunft mittelfristig plant, beschreibt die im Juli 2010 verabschiedete umfassende Netzausbaustrategie des Konzerns. Ihre Hauptziele sind Wachstum, Effizienz und Qualität.

Netzausbau in Übereinstimmung mit wirtschaftspolitischen Zielen.

Die Telekom unterstützt die Ziele der EU-Kommission und der Bundesregierung zum Netzausbau. Wir wollen für möglichst viele Haushalte in den bisher unversorgten, meist ländlichen Gebieten Deutschlands einen schnellen Zugang zum Internet schaffen. Hierbei setzen wir vor allem auf den Mobilfunk-Standard Long Term Evolution (LTE). Dieser stellt im Technologiemix mit den Festnetz-Standards ADSL, ADSL2+ und VDSL einen zentralen Baustein künftiger ICT-Lösungen dar. In allen Märkten, in denen wir aktiv sind, forcieren wir den Auf- und Ausbau der schnellen Netze.

Um für Wirtschaftswachstum in Europa förderliche Bedingungen zu schaffen, verabschiedete die Europäische Kommission als Teil ihrer Strategie Europa 2020 im Mai 2010 eine Digitale Agenda. Diese sieht vor, dass bis zum Jahr 2020 alle Europäer mit Internet-Geschwindigkeiten von mindestens 30 Mbit/s surfen können. Die Hälfte aller europäischen Haushalte soll bis zu diesem Jahr einen Anschluss mit mindestens 100 Mbit/s erhalten.

Im Einklang mit der Digitalen Agenda der EU verfolgt die deutsche Bundesregierung mit ihrer 2009 verabschiedeten Breitbandstrategie ein ähnliches Ziel: Bis zum Jahr 2014 soll für drei Viertel aller Haushalte ein Netzzugang mit einer Geschwindigkeit von mindestens 50 Mbit/s verfügbar sein. Dabei hat der Ausbau der Infrastruktur in ländlichen Gemeinden hohe Priorität. Die Deutsche Telekom ist einer der wichtigsten Partner der Breitbandstrategie und trägt maßgeblich zur Erfüllung der Breitbandziele der Bundesregierung bei.

Mehr als 10 Milliarden Euro Investitionen für den Breitbandausbau.

Im Zeitraum 2010 bis 2012 werden sich die Gesamtinvestitionen für den Breitbandausbau der Telekom in Deutschland – unter anderem in Glasfasernetze, neue Mobilfunk-Technologien und IT-Prozesse – auf rund 10 Milliarden Euro belaufen. Damit ist die Telekom in Deutschland der größte Investor im Bereich der Breitbandversorgung.

Im Jahr 2010 haben wir zusätzlich 1,3 Milliarden Euro in LTE-Frequenzen investiert und können nun die Digitale Dividende  mit für die Breitbandversorgung einsetzen.

Mit der Netzausbaustrategie eröffnen sich dem Konzern wichtige Wachstumschancen. Um diese zu nutzen, muss die Telekom ihr bestehendes Geschäftsmodell überdenken. Unser bisheriges Geschäftsmodell beinhaltet folgende Elemente:

1. Die Netz-Fabrik.

Die Netzinfrastruktur ist die Basis für unser Geschäft – das wird auch so bleiben. Zu ihrer Erneuerung werden wir in den nächsten Jahren komplett auf eine All-IP-Infrastruktur umstellen. Festnetz und Mobilfunk werden hierbei vollständig integriert. Dabei geht es nicht nur um die Bereitstellung hoher Bandbreiten, sondern auch um Qualität und das beste Service-Erlebnis für die Kunden.

2. Baukasten von Standardleistungen.

Das zweite Element sind moderne, hoch effiziente und standardisierte IT-Systeme. Heute betreibt die Telekom Tausende von IT-Systemen. Diese sollen reduziert, vereinfacht und gleichzeitig modernisiert werden. Das spart Kosten und erhöht gleichzeitig die Qualität, Flexibilität und Schnelligkeit der Dienste.

3. Inhalte und Dienste für Kunden.

Das dritte Element der Strategie sind sogenannte Enabling-Dienste, die Anbietern aus Bereichen wie Gesundheit, Energie oder Mediendistribution mithilfe von ICT ermöglichen, ihre Leistungen auszuweiten oder noch kundenindividueller zu gestalten. So befähigen wir unsere Kunden, effizienter sowie wachstums- und kundenorientierter zu werden.

Unsere Fähigkeiten aus Netz und IT bündeln wir zu einem Baukasten von Standardleistungen. Dies gilt für unsere eigenen Produkte ebenso wie für die Möglichkeit, über standardisierte Schnittstellen unsere Leistungen in die Dienste Dritter zu integrieren, beispielsweise von Unternehmen oder Software-Entwicklern. Dieser Baukasten wird zum Hebel für neue Geschäftsmodelle und Umsatzchancen: Mit ihm befähigen wir unsere Partner zu innovativen Lösungen und partizipieren gleichzeitig daran.

Die Telekom hilft ihren Geschäftskunden dabei, ihre Inhalte und Dienste zum Kunden zu bringen: Sie stellt ihnen beispielsweise moderne Abrechnungsmodelle zur Verfügung, installiert ein modernes Zugangsmanagement und garantiert eine hohe Qualität der Dienste.

Projekt „Mehr Breitband für Deutschland“.

Die Telekom setzte auch 2011 im Rahmen von Ausschreibungen ihre Kooperationen mit Kommunen im Projekt „Mehr Breitband für Deutschland“ fort. Wo der Breitbandausbau nicht wirtschaftlich ist, kann es sinnvoll sein, dass die öffentliche Hand unterstützt. So können Gemeinden beispielsweise vorhandene Leerrohre zur Verfügung stellen, Tiefbaumaßnahmen übernehmen oder sich finanziell am Netzausbau beteiligen. Seit 2008 konnten auf diese Weise über 3 000 Gemeinden mit breitbandiger Infrastruktur versorgt werden. Im Jahr 2011 haben wir über 1 100 Kooperationen zum Breitbandausbau mit Gemeinden vereinbart – nach rund 800 im Jahr 2010.

Jedes Einzelvorhaben betraf in der Regel einen Ort oder Ortsteil. Überwiegend wurde Festnetz-

DSL-Technologie verwendet. Seit 2010 setzen wir beim Netzausbau verstärkt auf einen Technologiemix aus Festnetz, Mobil- und Richtfunk.

Auch 2012 werden wir unsere Investitionen in den Breitbandausbau fortführen und rechnen mit Kooperationen in ähnlichen Größenordnungen wie im Jahr 2011. Im Hinblick auf die eingesetzten DSL-Technologien werden wir verstärkt VDSL [\[1\]](#) mit höheren Bandbreiten verwenden. Bereits seit 2011 verbaut die Telekom die VDSL-Technologie mit bis zu 50 Mbit/s Bandbreite [\[1\]](#) auch im ländlichen Raum. Diesen Ausbau werden wir auch 2012 weiterführen.

CR-Bericht des Vorjahres

Rückgrat des sogenannten breitbandigen schnellen Internets ist ein Glasfaserfestnetz. Der flächendeckende Ausbau der Glasfaserinfrastruktur ist mit einem enormen finanziellen Aufwand verbunden: Experten sprechen von 40 bis 50 Milliarden Euro allein in Deutschland. Je entlegener die zu versorgenden Gemeinden, desto höher sind die Kosten. Ursache hierfür sind beispielsweise die nötigen Tiefbauarbeiten, die pro Kilometer bis zu 70 000 Euro betragen können.

Flächendeckender Ausbau braucht Kooperationen.

Die Telekom allein wird den flächendeckenden Ausbau unter wirtschaftlich vertretbaren Bedingungen nicht leisten können. In Deutschland, wo wir einen Anteil von rund 50 Prozent am Breitbandmarkt haben, können wir diese Aufgabe nur gemeinsam mit unseren Wettbewerbern leisten. Daher sprechen wir uns dafür aus, dass die nationale und die europäische Politik geeignete Anreize schaffen, um eine nötige branchenweite Beteiligung aller ICT-Netzanbieter sicherzustellen.

Kooperationen mit Gemeinden.

In vielen ländlichen Gemeinden ist ein Breitbandausbau aufgrund niedriger Kundenpotenziale und hoher Ausbaukosten nicht wirtschaftlich. In solchen Fällen engagiert sich die Telekom für partnerschaftliche Lösungen – seit Ende 2007 beim Ausbau des DSL-Netzes und seit 2011 durch den Aufbau eines VDSL-Netzes. Sie legt den Gemeinden offen, welche Kosten zu erwarten sind und bietet ihnen verschiedene Kooperationsmöglichkeiten an:

- die Nutzung bestehender Kabelkanalanlagen oder Leerrohre der Gemeinden zur Senkung der Tiefbaukosten
- die Übernahme von Aufgaben wie die Durchführung von Tiefbauarbeiten durch die Gemeinde
- Beratung bei der Inanspruchnahme möglicher Zuschüsse

Der Zugang zum Hochgeschwindigkeitsinternet ist ein wichtiger Standortfaktor. Um Entscheidungsträger in Städten und Gemeinden über die Möglichkeiten und Potenziale eines Breitbandausbaus zu informieren, veröffentlichte der Deutsche Städte- und Gemeindebund einen Praxisleitfaden unter dem Titel „Mehr Breitband für Deutschland“. Auch die Deutsche Telekom steuerte eine Reihe von Fachbeiträgen zu dieser Publikation bei. Damit nimmt sie ihre Verantwortung wahr, die Menschen zu informieren und ihnen einen Zugang zur Informationsgesellschaft zu schaffen.

Download [\[1\]](#): Mehr Breitband für Deutschland (PDF)

Glasfasernetzausbau in Deutschland.

Die Deutsche Telekom beabsichtigt, in den kommenden Jahren den Ausbau der Hochgeschwindigkeitsnetze weiter voranzutreiben und damit das Fundament für die Gigabit-Gesellschaft [\[1\]](#) zu legen. Dieses Netz der Zukunft wird unseren Kunden in Deutschland den Highspeed-Zugang zum Internet, zu Entertain-Angeboten und zu multimedialen Anwendungen ermöglichen in bisher nicht gekannter Geschwindigkeit, Vielfalt und Qualität.

Für den Ausbau suchen wir gezielt die Kooperation mit der Wohnungswirtschaft. Hauseigentümer, die dem Ausbau zustimmen, können durch eine FTTH-Verkabelung mit einer deutlichen Aufwertung ihrer Immobilie rechnen.

Eine im Bereich der ICT-Infrastruktur richtungsweisende Kooperation schloss die Telekom mit der Deutschen Annington Immobilien AG (DAIG). In Bochum gaben die beiden Partner im März 2011 den Startschuss für die Glasfaseranbindung von rund 171 000 von der DAIG verwalteten Wohnungen bundesweit. In mehreren Ausbausritten wird die Telekom die Gebäude der DAIG an rund 600 Standorten mit leistungsfähigen Breitbandanschlüssen zu wettbewerbsfähigen Preisen versorgen. In einer ersten Phase werden bis 2013 zunächst 42 000 Wohnungen der DAIG in Nordrhein-Westfalen Zugang zum neuen Netz erhalten.

CR-Bericht des Vorjahres

Die Deutsche Telekom setzt beim Ausbau ihres Glasfasernetzes auf das Konzept „Fiber to the Home“, kurz FTTH. Dabei wird das Glasfaserkabel bis in die Wohnung des Kunden verlegt. Auf diese Weise lässt sich mit der heute verfügbaren GPON-Technologie ^[1] das Geschwindigkeitspotenzial der Glasfasertechnologie am besten nutzen: Bis zu 2,5 Gbit/s im Download ^[1] und bis zu 1 Gbit/s im Upload können damit technisch ermöglicht werden.

Glasfaser ^[1] ist das schnellste Medium für die Datenübermittlung. Eines unserer Ziele ist es daher, im Jahr 2012 eine große Zahl von Haushalten direkt an das Glasfasernetz anzubinden.

Synergien nutzen für den FTTH-Ausbau.

Durch Kooperationen im Netzausbau können Kostensenkungs- und Synergiepotenziale beim Aufbau neuer Glasfasernetze gehoben und Risiken verteilt werden. Deshalb sind wir offen für Kooperationen und prüfen alle Formen der Zusammenarbeit im Festnetz-Bereich wie im Mobilfunk.

Das Spektrum reicht hierbei von Vermarktungsk Kooperationen über die Anmietung kompletter, passiver Zugangsnetze bis hin zu Joint Ventures (gemeinsame regionale Gesellschaften mit Stadtwerken, Zweckverbänden oder anderen Partnern). Darüber hinaus hat die Telekom die Initiative „Mehr Glasfaser ^[1] für Deutschland“ gestartet. Ziel ist es, mittels eines standardisierten Ausbaus und Geschäftsmodells gemeinsam mit Kommunen und Stadtwerken den lokalen Glasfaserausbau voranzutreiben.

Auch Vereinbarungen mit lokalen Wettbewerbern über die wechselseitige Gewährung von Netzzugang zählen dazu (Open Access), weil dadurch Doppelinvestitionen vermieden werden können. Zudem gibt es die Möglichkeit, dass auch reine Diensteanbieter (sogenannte Reseller, die über kein eigenes Netz verfügen) sich über bestimmte Konditionenmodelle an den Ausbaukosten und -risiken neuer Netze beteiligen.

Umstellung auf All-IP.

Wir planen, in den kommenden Jahren unser gesamtes Netz auf eine All-IP-Infrastruktur umzustellen. Festnetz und Mobilfunk werden dann zu einem durchgängig auf dem Internet-Protokoll (IP ^[1]) basierenden Netzwerk der nächsten Generation (Next Generation Network) integriert. Zahlreiche IT-Systeme werden hierzu vereinfacht und modernisiert.

Viele Menschen verwenden bereits heute IP-basierte Lösungen, um ihren Alltag individuell und komfortabel zu gestalten. Um hierfür die Voraussetzungen zu schaffen, verbessern wir ständig unser Angebot an schnellen Verbindungen im Mobilfunk und im Festnetz. Bisher getrennte Plattformen für Sprach- und Datendienste werden wir im Zuge der ALL-IP-Migration auf einer einheitlichen Plattform integrieren und damit voraussichtlich auch

erhebliche Energiemengen einsparen.

Eine funktionsfähige Internet-Infrastruktur basiert auf einer Vielzahl innovativer Technologien, auf deren Entwicklung wir mit unseren Planungen Einfluss nehmen. Die All-IP-Migration und die Nachfrage nach wachsenden Bandbreiten wirken als Treiber für die Bereitstellung neuer, effizienter Technologien sowohl im Datentransport als auch beim individuellen Netzzugang. Zusammen mit den sich wandelnden Kundenanforderungen und Nutzungsformen treiben sie den Umbau und die Erneuerung des Netzes voran.

Im Jahr 2012 begannen wir mit den Vorbereitungen für die Umsetzung des neuen Technologieansatzes Broadband Network Gateway (BNG). Der BNG ermöglicht es uns, durch eine flachere Architektur die Netzkomplexität zu verringern. Wir reduzieren damit die Zahl der Netzelemente und erreichen so Einspareffekte im Netzbetrieb sowie eine Senkung der Investitionskosten und des Energiebedarfs.

Mobilfunknetz in Deutschland ausgezeichnet.

2011 erhielten wir relevante Auszeichnungen für das Mobilfunknetz der Telekom Deutschland. So bescheinigte uns die Stiftung Warentest eine exzellente Netzverfügbarkeit und höchste Datenraten und vergab im test-Urteil die Note gut (2,4).

Dem folgte der durch umfangreiche Messungen unterlegte Test des Fachportals CHIP online, bei dem wir ebenso wie beim Test des Fachmagazins connect Platz eins belegten – jeweils mit deutlichem Abstand zu den Wettbewerbern. Die Prüfer lobten vor allem die Qualität des auf neuen Technologien basierenden Netzausbaus: Bis September 2011 wurde an allen Standorten die Funktion „2nd Carrier und Dual Cell“ aktiviert. Dies bedeutet, dass nun dank der flächendeckend verfügbaren zweiten Trägerfrequenz im UMTS-Netz Datenraten bis zu 42 Mbit/s möglich sind.

Zum zwölften Mal "Mobilfunknetzbetreiber des Jahres".

Leser des Fachmagazins connect wählten die Telekom im Mai 2011 zum zwölften Mal in Folge zum „Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres“. Besonders ausgezeichnet wurden außerdem die Leistungen in den Sparten IPTV (Entertain), Internet und Telefon sowie Virtuelle Telefonanlagen (Telekom DeutschlandLAN), in denen wir jeweils einen ersten Platz belegten.

Bei den Tests wurden insgesamt 25 Kategorien bewertet. Herausragend ist das Ergebnis für Telekom Entertain: Das IP-TV-Angebot der Telekom mit Telefon, Internet und digitalem Fernsehen wurde von nahezu 60 Prozent der Teilnehmer zum besten TV-Angebot gewählt. Auch mit den kombinierten Telefon- und Internet-Angeboten der Telekom wie beispielsweise dem Call & Surf Tarif der Telekom zeigten sich die connect-Leser zufrieden: 27,9 Prozent wählten die Telekom zum besten Anbieter in der Kategorie „Internet & Telefon“. Im Geschäftskundenbereich wurde DeutschlandLAN, eine integrierte Lösung für IT Services, zur besten virtuellen Telefonanlage erklärt.

Festnetz- & Breitband-Technologien.

Dem Datentransport innerhalb der Internet-Infrastruktur liegt ebenso wie der individuellen Internet-Nutzung eine Vielzahl innovativer Technologien zugrunde. Viele Menschen verlassen sich heute auf netzbasierte Lösungen, um ihren Alltag komfortabel und individuell zu gestalten. Daher setzen wir uns kontinuierlich für ein verbessertes Angebot an schnellen Verbindungen sowohl im Mobilfunk- als auch im Festnetz-Bereich ein.

Im Festnetz-Bereich bringen die DSL-basierten Übertragungsverfahren ADSL, ADSL2+ und VDSL sowie der Ausbau der Glasfaserinfrastruktur bis in die Wohnungen der Kunden (Fiber to the Home, FTTH) eine zunehmende Beschleunigung der Datentransfers.

Eine vergleichbare Leistungssteigerung erreichen wir im Mobilfunk-Bereich durch den Schritt vom Netz der zweiten Generation (2G ) mit GSM und EDGE zum Netz der dritten Generation (3G ) mit den UMTS-basierten Standards HSDPA/HSUPA und HSPA+. Mit dem Übergang zu dem „Long Term Evolution“ (LTE) oder auch „4G“ genannten Mobilfunk-Übertragungsstandard der Zukunft steigen die Datenraten noch einmal um ein Vielfaches auf Breitbandniveau.

Für den komfortablen und schnellen Zugriff von unterwegs auf anspruchsvolle Internet-Anwendungen benötigt der Kunde mehr mobile Bandbreite . Deshalb setzt die Telekom verstärkt auf breitbandige Mobilfunk-Technologien der dritten und vierten Generation.

Überblick: Zugangstechnologien.

Festnetz-Technologien.		
	Upstream 	Downstream 
ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)	max. 640 kbit/s	max. 6 Mbit/s
ADSL2+ (aktuelle Weiterentwicklung von Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL))	max. 1 Mbit/s	max. 16 Mbit/s
VDSL  (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line)	max. 10 Mbit/s	max. 50 Mbit/s
FTTH mit GPON (Fiber to the Home)	max. 100 Mbit/s	max. 200 Mbit/s
WLAN (Wireless Local Area Network)	max. 34 Mbit/s	max. 34 Mbit/s

Mobilfunk-Technologien.		
Mobilfunk 2G 	Upstream 	Downstream 
GSM plus EDGE (Global System for Mobile Communications EDGE)	max. 220 kbit/s	max. 260 kbit/s
Mobilfunk 3G 	Upstream 	Downstream 
UMTS (Universal Mobile Telecommunications System)	max. 64 kbit/s	max. 384 kbit/s
HSDPA/HSUPA (High Speed Downlink Packet Access /High Speed Uplink Packet Access)	max. 3,6 Mbit/s	max. 7,2 Mbit/s
HSPA+ (High Speed Packet Access+)	max. 5,8 Mbit/s	max. 42,2 Mbit/s
Mobilfunk 4G	Upstream 	Downstream 
LTE (Long Term Evolution)	max. 50 Mbit/s	max. 100 Mbit/s

* Die angegebenen Maximalwerte beruhen auf theoretischen Annahmen. In der Praxis liegen Upstream , Downstream  und Datenraten häufig unter diesen Werten.

ADSL2+-Ausbau.

ADSL2+ (Asymmetric Digital Subscriber Line 2+) ist der derzeitige DSL-Standard im Festnetz der Deutschen Telekom. Er bietet die Möglichkeit zur schnellen Übertragung hoher Datenmengen mit Geschwindigkeiten bis zu 16 Mbit/s.

Zwischen 2006 und Anfang 2012 wurden allein in Deutschland 22,8 Millionen Anschlüsse in mehr als 1 000 Städten auf ADSL2+ umgerüstet.

Am 15. August 2011 begannen wir mit dem MSAN (Multi Service Access Node) eine Gerätekategorie für Zugangsknoten einzuführen, die die bisherige Technik in das All-IP-Netz integriert. Sie ersetzt die bisher für den Anschluss verwendeten Splitter zur Trennung von Sprache und Daten und ermöglicht dadurch DSL-Anschlüsse mit voll IP-basierten Diensten ebenso wie die Nutzung der klassischen Telefondienste auch mit den bestehenden Geräten. Die begonnene Umrüstung werden wir 2012 fortsetzen.

VDSL-Ausbau.

Mit VDSL  (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line) hat die Telekom die Geschwindigkeit ihrer DSL-Anschlüsse nochmals deutlich erhöht: im Vergleich zu ADSL auf mehr als das Dreifache, im Vergleich zu ADSL2+ auf die doppelte Geschwindigkeit. Die neue Technik ermöglicht Datenraten von bis zu 50 Mbit/s. Voraussetzung für die Realisierung dieser Geschwindigkeit ist ein sogenanntes Hybridnetz. In ihm reichen die Glasfaserkabel bis in die Nachbarschaft des Teilnehmers. Für die letzten 300 bis 500 Meter zum Kunden werden herkömmliche Kupferleitungen genutzt.

Bereits im Jahr 2009 baute die Deutsche Telekom in 50 deutschen Städten die schnelle DSL-Variante VDSL  bis in die Nähe des individuellen Teilnehmers aus. Damit stehen für 11,6 Millionen Haushalte Anschlussmöglichkeiten mit Bandbreiten bis zu 50 Mbit/s zur Verfügung. In 7 800 von 7 900 Anschlussbereichen sind Bandbreiten von bis zu 16 Mbit/s verfügbar. Fast 20 Millionen Haushalte können Triple-Play-Produkte (Telefon, Internet und TV) auf Basis von Bandbreiten zwischen 16 und 50 Mbit/s erhalten.

Mit der 2011 neu entwickelten Technik des VDSL  Vectorings lassen sich bei VDSL  Geschwindigkeiten von 90 Mbit/s erreichen. Hierbei werden die gegenseitigen Störungen mehrerer VDSL-Leitungen im Kabel durch eine Präcodierung beziehungsweise Entzerrung der Signale aufgehoben. Voraussetzung ist eine einheitliche

Kontrollinstanz aller – einschließlich der von den Wettbewerbern genutzten – VDSL-Leitungen eines Kabels. 2012 werden wir erste Pilotanwendungen der neuen Technik starten.

FTTH-Ausbau in Deutschland.

Beim Glasfaserausbau setzt die Deutsche Telekom neben Fiber to the Cabinet (FTTC), dem Ausbau bis in die Nähe des Teilnehmers, auch auf die Fiber-to-the-Home (FTTH)-Lösung, bei der Glasfaserleitungen bis in die Wohnungen verlegt werden. Im Jahr 2010 wurde der Startschuss für den FTTH-Ausbau gegeben.

Investitionen der Telekom in neue Glasfasernetze erfolgen bedarfs- und nachfragegerecht. Bevor mit den Tiefbauarbeiten gestartet wird, müssen in den Ausbaugebieten zwei Voraussetzungen erfüllt sein:

- Mindestens 80 Prozent der Eigentümer haben ihr Einverständnis für den Anschluss ihres Hauses beziehungsweise für den Netzausbau im Haus gegeben und
- wenigstens 10 Prozent der Kunden haben Vorbestellungen abgegeben.

Sind diese Bedingungen nicht erfüllt, muss der Ausbau zunächst zurückgestellt werden. Parallel prüfen wir Möglichkeiten für den Einsatz anderer Technologien, wie zum Beispiel FTTC mit VDSL [\[1\]](#).

2011 wurde insgesamt 168 000 Haushalten in zehn deutschen Städten durch die Verlegung neuer Infrastruktur der Anschluss an das Glasfasernetz der Deutschen Telekom ermöglicht („Homes Passed“).

Voraussichtlich ab August 2012 werden die Netze in diesen Städten in Betrieb genommen. Den Kunden können dann bis zu 200 Mbit/s im Download [\[1\]](#) und bis zu 100 Mbit/s im Upload blockierungsfrei zur Verfügung gestellt werden. Generell sind die Geschwindigkeiten damit deutlich höher als die der Kabel-TV-Netzbetreiber.

Für das Jahr 2012 ist der Ausbau in bis zu zehn weiteren Städten geplant. Die tatsächlich zu realisierende Anzahl hängt vom Erreichen einer definierten Mindestwirtschaftlichkeit unter Berücksichtigung zukünftiger Entwicklungen ab. Die Städte für 2013 werden im Laufe des Jahres 2012 festgelegt. Der Ausbau in den Folgejahren ist abhängig von den verfügbaren Investitionsmitteln, dem Erreichen der Wirtschaftlichkeitsschwellwerte sowie regulatorischen Entscheidungen.

Breitbandige Anbindung für Geschäftskunden.

Unternehmen stehen bundesweit standardisierte Geschäftskundenlösungen mit symmetrischen Bandbreiten von bis zu 622 Mbit/s zur Verfügung. Im Rahmen eines von T-Systems im sächsischen Freiberg betriebenen Pilotprojekts zur Kopplung von Rechenzentren werden sogar Übertragungsraten von 100 Gbit/s erreicht.

Ausbau des Glasfasernetzes in Kroatien.

2011 verlegte die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom in großem Umfang Glasfasernetze. Diese ermöglichen insgesamt 260 000 Haushalten einen FTTH-Anschluss. 94 500 FTTH-Hausanschlüsse wurden realisiert und davon 7 100 Haushalte vertragsgemäß mit dem Glasfasernetz verbunden, um MAXads und MAXtv nutzen zu können.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Fortgesetzter FTTH-Ausbau in Montenegro.

Die montenegrinische Landesgesellschaft Crnogorski Telekom setzte den Ausbau des Glasfasernetzes 2011

fort. Vier Bezirke in Podgorica und einer in Tivat erhielten eine FTTH-Infrastruktur. 7 700 Haushalte wurden angeschlossen.

CR-Bericht des Vorjahres

43 000 neue FTTH-Hausanschlüsse in der EJR Mazedonien.

2011 versorgte die mazedonische Landesgesellschaft im Rahmen des Glasfaserausbau 43 000 Haushalte mit einer FTTH-Infrastruktur und tauschte die alten Kupferkabel aus. 2011 investierte die Makedonski Telekom insgesamt 170 Millionen Euro in den Ausbau ihrer Fest- und Mobilfunknetze.

CR-Bericht des Vorjahres

OTE treibt Breitbandausbau in Griechenland voran.

Ende 2011 verfügten 21,8 Prozent aller griechischen Haushalte über einen Breitbandanschluss. Die OTE ist nach wie vor Wachstumsmotor des Landes bezüglich neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Im Bereich von Breitbanddiensten ist das Unternehmen die erste Wahl für Kunden. Entsprechend hoch ist die Breitbandabdeckung bei den OTE-Kunden: Im Dezember 2011 lag sie bei über 32,5 Prozent.

WLAN-Services für Breitbandinternet unterwegs.

Gegenwärtig bieten wir in Deutschland unseren Kunden diverse Optionen zur breitbandigen Internet-Nutzung über WLAN beispielsweise in unterschiedlichen Verkehrsmitteln an:

Per WLAN können die Nutzer unseres HotSpot Dienstes an mehr als 11 000 Standorten in Deutschland, zum Beispiel in allen 1 400 McDonald's-Restaurants, und rund 50 000 Standorten unserer Partner weltweit komfortabel auf Daten und Informationen zugreifen. Durch die Aufrüstung von 3 100 auf 5 100 öffentliche Telestationen mit HotSpots haben wir die Abdeckung 2011 noch einmal deutlich erweitert. Bei vielen Festnetz- und Mobilfunk-Tarifen ist die Nutzung der HotSpot Flatrate Bestandteil der Tarife.

In Kooperation mit der Deutschen Bahn AG bieten wir auf ausgewählten Strecken WLAN HotSpots in den Zügen. Die Datenübertragungsraten liegen zwischen 1,5 und 16 Mbit/s, durchschnittlich bei 6 Mbit/s. Anfang 2012 waren 69 ICE-Züge mit dem HotSpot Dienst ausgestattet.

Gemeinsam mit der Lufthansa bieten wir unseren Kunden außerdem die Möglichkeit, während ihrer Flugreise per HotSpot über Satellitenverbindung im Internet zu surfen. Anfang 2012 waren rund 25 Flugzeuge mit dieser Technologie ausgerüstet. Weitere sollen folgen.

LTE macht HotSpots in Zügen schneller.

Mit der Einführung der LTE-Technologie werden wir die Geschwindigkeit unserer HotSpot Produkte in Zügen noch einmal deutlich verbessern. Hierbei werden maximale Übertragungsraten von 20 Mbit/s im Downlink möglich sein.

Im Zuge unserer Kooperation mit der Deutschen Bahn AG haben wir begonnen, diese Technologie einzusetzen. Mit LTE ausgerüstet werden bis Ende 2012 die Strecken München–Nürnberg, Wolfsburg–Berlin und Berlin–Hamburg. Zwischen Frankfurt und Nürnberg werden LTE und 3G  im Mischbetrieb genutzt werden. Auf den Verbindungen zwischen Dortmund, Hannover und Wolfsburg kommt HSPA zum Einsatz.

Für die weitere Ausstattung von Zügen haben wir im Dezember 2011 einen ergänzenden Kooperationsvertrag abgeschlossen. Er sieht vor, weitere rund 185 ICE-Züge und die wichtigsten ICE-Strecken bis Ende 2014 mit LTE auszurüsten. Anfang 2012 starteten wir mit der Strecke Mannheim–Basel. Bestandteil des Vertrags ist zudem der kostenlose Internet-Zugang über die HotSpots der Telekom für alle DB-Lounge-Besucher in den Bahnhöfen ab Dezember 2011. Bisher galt dieses Angebot nur für Nutzer der Erstklassenbereiche in ausgewählten DB-Lounges.

T-Mobile Netherlands baut WLAN in der Bahn aus.

Bis Ende 2012 wird die Niederländische Bahn (Nederlandse Spoorwegen – NS) in Kooperation mit T-Mobile Netherlands 200 Züge, insbesondere Doppeldeckerzüge, mit WLAN Hotspots ausstatten. Ursprünglich war geplant, bis Ende 2013 insgesamt 350 Züge auszustatten, ob die Bahn diesen Zeitplan einhalten wird, ist jedoch unklar.

Mobilfunk der zweiten & dritten Generation.

Parallel zum Aufbau der neuesten Mobilfunknetze treibt die Telekom auch den Ausbau der bestehenden 2G- und 3G-Infrastruktur weiter voran. Außerdem bringen wir ältere Anlagen auf den neuesten Stand der Systemtechnik. Dadurch sparen wir erhebliche Mengen an Energie und vermeiden somit CO₂-Emissionen.

Hochgeschwindigkeits-UMTS mit HSPA+.

In allen Ballungsräumen Deutschlands kann mit UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), der Mobilfunk-Technologie der dritten Generation (3G ) , auf das Internet zugegriffen werden. Unser Ziel, bundesweit 85 Prozent der Fläche mit UMTS abzudecken, haben wir Ende 2011 erreicht. Mit dem UMTS-basierten neuen Verfahren High Speed Packet Access+ (HSPA+) kann die Geschwindigkeit der Datenübertragung jetzt auf DSL-Niveau – also bis zu 42,2 Mbit/s – erhöht werden. Um unserer Rolle als Qualitätsführer gerecht zu werden, werden wir 2012 den kundenorientierten Ausbau des UMTS-Netzes weiter vorantreiben.

T-Mobile USA: HSPA+ landesweit mit 4G-Tempo.

Die US-amerikanische Landesgesellschaft baute ihre HSPA+-Dienste im Jahr 2011 national weiter aus. Ende des Jahres waren in 208 Regionalmärkten für 200 Millionen Einwohner Datenraten bis 21 Mbit/s verfügbar. In 163 Marktgebieten mit 180 Millionen Einwohnern lag die maximale Datenübertragungsgeschwindigkeit sogar bei 42 Mbit/s.

CR-Bericht des Vorjahres

Kroatische Landesgesellschaft modernisiert 3G-Netze.

Im Jahr 2011 modernisierte die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom Teile ihres 3G-Netzes mit dem Verfahren HSPA+. Damit können nun Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 21 Mbit/s im Downlink und bis zu 5,8 Mbit/s im Uplink geliefert werden. Im Verlauf des Jahres 2012 soll mehr als die Hälfte des 3G-Netzes der Landesgesellschaft auf HSPA+ umgerüstet werden.

Doppelte Datengeschwindigkeit bei Crnogorski Telekom.

Crnogorski Telekom deckt mit ihrem 3G-Netz bei Datenraten bis 21 Mbit/s 15 Städte beziehungsweise 67 Prozent der Bevölkerung ab. Durch die Einführung der Dual-Carrier-Technologie konnte die montenegrinische Landesgesellschaft in sechs Städten außerdem HSPA+ mit einer Datenübertragungsgeschwindigkeit von 42 Mbit/s realisieren.

Die Ausbaustrategie der Crnogorski Telekom geht in zwei Richtungen: Erhöhung der Kapazitäten in urbanen sowie erweiterte Netzabdeckung in ländlichen Regionen. 2011 konnte so eine 2G-Abdeckung von 99 Prozent der Bevölkerung beziehungsweise 86 Prozent der Gebiete erreicht werden.

T-HT Hrvatski Telekom testet UMTS auf 900-MHz-Band.

Die kroatische Landesgesellschaft führte 2011 erfolgreiche Tests der UMTS-Technik in einem 900-MHz-Probenetz durch. Die Ergebnisse zeigen, dass sich mithilfe von 3G ^[1] auf der 900-MHz-Funkfrequenz schnell und kosteneffizient eine landesweite Abdeckung im mobilen Breitbandnetz ^[1] erreichen lässt.

Die Markteinführung von UMTS auf 900 MHz soll Anfang 2012 beginnen. Hierbei werden Datenübertragungsgeschwindigkeiten von maximal 7,2 Mbit/s möglich sein.

Landesweit schnellstes 3G-Netz bei Makedonski Telekom.

2011 betrieb die mazedonische Landesgesellschaft das landesweit schnellste Mobilfunknetz der dritten Generation mit Geschwindigkeiten bis zu 21 Mbit/s.

Komplette Netzmodernisierung in Kroatien geplant.

Die T-HT Hrvatski Telekom beabsichtigt, ihr komplettes Mobilfunknetz zu modernisieren. Nachdem sie 2011 mit der Modernisierung des 3G-Netzes begann, wird 2012 auch das bestehende 2G-Netz einbezogen. Die dabei verwendete Technik soll auch für den Betrieb des kommenden LTE-Netzes geeignet sein. In einem ersten Schritt werden zunächst die alten Steuereinheiten der Basisstationen ausgetauscht.

Cosmote Greece bietet schnellste Übertragungsgeschwindigkeit.

2011 hat Cosmote Greece ihr 3G-Netzwerk um 38 Prozent ausgebaut und die durchschnittliche Datenübertragungsgeschwindigkeit um 45 Prozent erhöht. Mehr als 98 Prozent der griechischen Bevölkerung werden über das neue 3G-Netz der Cosmote erreicht. Zwischen März und Juli 2011 wurde im Auftrag der Cosmote Greece und in Kooperation mit der Nationalen Technischen Universität eine landesweite Studie zur Qualität verschiedener Datennetze durchgeführt. Dabei zeigte sich, dass Cosmote Greece landesweit die höchste Datenübertragungsgeschwindigkeit für das mobile Internet realisiert.

Mobilfunk der vierten Generation.

An der Etablierung der neuen, auf der LTE(Long Term Evolution)-Technik basierenden vierten Generation der Mobilfunknetze – „Next Generation Mobile Networks“ beziehungsweise „4G“ – hat die Telekom maßgeblichen Anteil. Mit LTE kann die wachsende Nachfrage nach schnellem und standortunabhängigem Internet befriedigt werden – auch in Gegenden mit schwacher Infrastruktur.

Die Telekom treibt den LTE-Ausbau intensiv voran, um den Nutzern von Smartphones und Tablet-Computern das volle Anwendungsspektrum an Diensten an möglichst vielen Orten bieten zu können.

Aufbau des LTE-Netzes in Deutschland.

In Deutschland begannen wir im dritten Quartal des Jahres 2010 mit dem Aufbau der LTE-Infrastruktur. Bis Ende 2011 konnten wir bundesweit bereits mehr als 1 500 ländliche Regionen mit weißen Flecken ins LTE-800-Netz einbeziehen. Weitere 1 000 werden 2012 folgen.

In der zweiten Jahreshälfte 2011 begann der LTE-Aufbau in 100 großen Städten, darunter Köln, wo eine Fläche von rund 150 Quadratkilometern mit LTE-Infrastruktur versorgt wurde. Mit einer Investitionssumme von etwa 5 Millionen Euro wurde Köln im Juni 2011 zur ersten LTE-City Deutschlands. In rund 5 000 Arbeitsstunden hatten etwa 80 Mitarbeiter der Deutschen Telekom 100 LTE-Stationen installiert. Außerdem wurden ungefähr 120 Kilometer Glasfaserkabel im Kölner Stadtgebiet verlegt, um die Basisstationen mit der modernsten Übertragungstechnik zu verbinden.

Testbetrieb von LTE-Sendeanlagen in München.

Seit 6. Dezember 2011 betreibt die Telekom Deutschland fünf LTE-Sendeanlagen im Testbetrieb auf dem Münchner Messegelände. Nach der Pilotphase hat der Regelausbau in der Innenstadt und in einigen angrenzenden Gebieten begonnen. Die Pilotstationen sind in den regulären Betrieb übergegangen.

LTE erreicht Marktfähigkeit.

Gemeinsam mit unseren Mitbewerbern erfüllten wir bis Ende 2011 in zehn deutschen Bundesländern die Auflagen der Bundesnetzagentur zur Erteilung der Lizenzen für LTE, die wir bei der Auktion im Mai 2010 erworben hatten. In Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen, Rheinland-Pfalz, dem Saarland, Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen kann die neue Technologie nun eingeführt werden.

Im April 2011 begannen wir, LTE-Tarife in Deutschland zu vermarkten. Teil des Angebots sind LTE-Router ¹ und seit Juli 2011 der LTE-Speedstick. Innerhalb sämtlicher Bestandstarife wie zum Beispiel dem Tarif Call & Surf Comfort via Funk wurde die Nutzung von LTE ohne Aufpreis eingerichtet.

LTE ist der Nachfolger des Mobilfunk-Standards UMTS und bezeichnet eine neue Generation der Mobilfunk-Technik (4G), die sich noch im Aufbau befindet. Die Telekom ist an ihrer Entwicklung maßgeblich beteiligt. Mit LTE ist eine weitere Beschleunigung der Datenübertragung im mobilen, aber auch im stationären Internet auf bis zu 100 Mbit/s möglich. Gegenüber den bisherigen Mobilfunknetzen bietet LTE damit bis zu 20-mal höhere Übertragungsgeschwindigkeiten.

LTE ist in einem breiten Frequenzbereich von 700 bis 2 600 MHz einsetzbar. Die niedrigeren Frequenzen bei 800 MHz eignen sich besonders für die Versorgung ländlicher Gebiete. Im freien Gelände reichen sie viel weiter als die hohen Frequenzen. Außerdem wird durch ihren Einsatz eine bessere Versorgung innerhalb der Häuser gewährleistet.

Ein weiterer Vorteil ist die Netzabdeckung auch in Gebieten, in denen bisher kein Mobilfunk- oder DSL-Versorgung gewährleistet werden konnte. Die Funktechnik ermöglicht ein zuverlässiges Netz für Telefonie und Internet-Nutzung. LTE sorgt für ein stabiles Netz – sowohl in geschlossenen Räumen als auch für die Nutzung im Auto oder im Zug.

LTE-Versorgung in Österreich ausgebaut.

Auch T-Mobile Austria investiert intensiv in den Ausbau und die Weiterentwicklung der LTE-Netztechnologie. Innsbruck ist seit Oktober 2010 als erste Stadt Österreichs an das Netz der Zukunft angeschlossen. Weitere LTE-Mobilfunk-Stationen nahm T-Mobile Austria im Mai 2011 in Wien und im Juni 2011 in Linz und Graz in Betrieb. In diesen vier Städten können seitdem rund 600 000 Österreicher die neue Breitbandtechnik nutzen.

T-Mobile Austria investierte 2011 insgesamt 116 Millionen Euro in den Ausbau des mobilen Breitbandnetzes. Neben LTE wurden hierbei auch die High-Speed-Packet-Access(HSPA)-Standards HSPA+21 und HSPA+42 weiter ausgebaut. Diese Übertragungsstandards erreichen im Downlink bis zu 21 beziehungsweise 42 Mbit/s. Bis Ende 2013 soll so mindestens einem Viertel der österreichischen Bevölkerung der Zugang zum neuen Mobilfunk-Standard ermöglicht werden.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Kunden der T-HT Hrvatski Telekom testen LTE-Netze.

In der zweiten Hälfte des Jahres 2011 führte die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom mit 100 Privat- und Geschäftskunden einen Test der zuvor installierten LTE-Netze durch. Dabei kooperierte T-HT Hrvatski Telekom mit den Systemtechnikern Huawei, Nokia Siemens Networks und Ericsson Nikola Tesla Croatia. Alle drei Partner stellten für den Testbetrieb ihre LTE-Netzinfrastuktur zur Verfügung. Damit wurden die Städte Rijeka, Split und Zagreb abgedeckt. Die Testpersonen konnten sich über Facebook und Twitter anmelden.

Anfang 2012 beginnt T-HT Hrvatski Telekom in Kroatien mit der kommerziellen Nutzung von LTE auf dem 1 800 -MHz-Band.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Erster LTE-Netzanbieter auf dem ungarischen Markt.

Die ungarische Landesgesellschaft begann im Oktober 2011 einen umfassenden LTE-Netztest mit mehreren hundert Teilnehmern. Damit bereitete sich die Magyar Telekom auf die Markteinführung am 1. Januar 2012 vor. Die Gesellschaft ist der erste LTE-Netzanbieter auf dem ungarischen Markt.

Mobilfunk & Gesundheit.

Wir sind davon überzeugt, dass die sichere Anwendung der Mobilfunk-Technik durch die Einhaltung der geltenden Grenzwerte garantiert wird. Diese beruhen auf den aktuellen Erkenntnissen unabhängiger nationaler und internationaler Experten, die fortlaufend alle relevanten Studien und Forschungsergebnisse auswerten. Anerkannte Gremien wie beispielsweise die Weltgesundheitsorganisation (WHO) und die Internationale Strahlenschutzkommission (ICNIRP) haben in den vergangenen Jahren wiederholt die geltenden Grenzwerte für den Mobilfunk überprüft und die sichere Nutzung der Mobilfunk-Technik bestätigt.

Dennoch löst der Mobilfunk immer wieder Ängste in der Bevölkerung über mögliche Gesundheitsrisiken aus. Durch eine sachliche, wissenschaftlich fundierte und transparente Informationspolitik wollen wir diese abbauen. Denn nur, wenn unsere Technologien breite Akzeptanz in der Bevölkerung finden, können wir erfolgreich wirtschaften und den [Netzausbau](#) konsequent vorantreiben. Die Telekom sucht deshalb den offenen Dialog mit allen am Netzausbau Beteiligten wie Kommunen, kritischen Initiativen, interessierten Bürgern und Kunden.

Alle Grundsätze zum verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit sind in der EMF-Policy der Deutschen Telekom festgeschrieben.

EMF-Policy: Richtlinie „elektromagnetische Felder“.

EMF steht für „elektromagnetische Felder“ – die physikalische Basis des Mobilfunks. In unserer EMF-Policy verpflichten wir uns – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation und finanzieller Unterstützung unabhängiger Forschung zum Mobilfunk.

Inzwischen haben die Vorstände aller europäischen Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom die EMF-Policy unterzeichnet. Im Berichtszeitraum kamen zwei Landesgesellschaften hinzu:

Im April 2011 verabschiedete die Slovak Telekom die EMF-Policy und leitete anschließend verschiedene Maßnahmen ein. Es wurden Informationen auf der [Website](#) bereitgestellt und interne Prozesse zur Bearbeitung von Bürgeranfragen zu Mobilfunk und Gesundheit etabliert.

Die montenegrinische Landesgesellschaft Crnogorski Telekom unterzeichnete die Policy im Oktober 2011 und veröffentlichte sie auf der [eigenen Homepage](#).

Im März 2004 hat die Telekom mit der EMF-Policy eine zentrale Richtlinie für den verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit verabschiedet. Sie beinhaltet verbindliche Empfehlungen für die europäischen Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom. Diese werden in Übereinstimmung mit den jeweiligen nationalen Gegebenheiten und gesellschaftlichen Bedürfnissen in den verschiedenen Märkten passend umgesetzt.

Die EMF-Policy der Telekom enthält zehn Empfehlungen zu den vier Prinzipien:

- [Transparenz](#)
- [Information](#)
- [Partizipation](#)

▪ Wissenschaftsförderung & Partnerschaft

Download : [EMF-Policy der Deutschen Telekom](#)

Download : [Hintergrunddokument zur EMF-Policy](#)

Evaluation zur Umsetzung der EMF-Policy.

Im März 2011 definierte die Deutsche Telekom mit all ihren Mobilfunk-Gesellschaften einheitliche Mindestanforderungen für den Bereich Mobilfunk und Gesundheit. Auf dieser Basis führten wir im Sommer 2011 eine Evaluation in sämtlichen Mobilfunk-Gesellschaften durch.

Die Analyse zeigte, dass die Gesellschaften der Deutschen Telekom im Bereich Transparenz gut aufgestellt sind.

Die einzelnen Landesgesellschaften haben ihre internen Strukturen angepasst, um die verantwortungsvolle Umsetzung der EMF-Policy weiter voran zu bringen. Einen Schwerpunkt bildet dabei die systematische Veröffentlichung der internationalen Grenzwerte und Sicherheitsstandards sowie der Antennenstandorte. Ergänzend haben die Gesellschaften über interne Vertriebskanäle oder ihr Engagement in Betreiberverbänden ein beinahe flächendeckendes Informationsangebot zum Thema Mobilfunk und Gesundheit geschaffen.

Die Partizipationsmöglichkeiten für die Öffentlichkeit wurden in den vergangenen Jahren stark ausgebaut. Interne Strukturen sind so gestaltet, dass die Bevölkerung und die Politik vor Ort über unsere Aktivitäten – zum Beispiel im Netzausbau – frühzeitig informiert und eingebunden werden.

Unser Ziel ist es, sicherzustellen, dass die EMF-Policy in allen Mobilfunk-Gesellschaften wirkungsvoll greift und zu einem konstruktiven gesellschaftlichen Diskurs über Mobilfunk und Gesundheit sowie zu einem effektiven Risikomanagement im jeweiligen Markt beiträgt. Hierzu gehört die kontinuierliche internationale Umsetzung der zehn Empfehlungen der EMF-Policy durch die Mobilfunk-Gesellschaften. Die Telekom begleitet die Mobilfunk-Gesellschaften bei diesem Prozess, indem sie deren Fortschritte regelmäßig evaluiert und mit ihnen gemeinsam Verbesserungsmöglichkeiten erarbeitet.

Erfahrungsaustausch im EMF-Themenmanagement.

Zwischen Konzernzentrale und Mobilfunk-Gesellschaften findet in verschiedenen Arbeitsgruppen wie beispielsweise dem „EMF Core Team“ oder der im März 2011 gegründeten „EMF Technical Working Group“ ein intensiver Austausch zum Thema Mobilfunk und Gesundheit statt. Dabei werden neue Initiativen entwickelt und Erfahrungen mit verschiedenen Strategien diskutiert.

Als bereichsübergreifende Koordinierungsgruppen mit Mitgliedern aus allen Mobilfunk-Gesellschaften des Konzerns hat die Telekom das „EMF Core Team“ und die „EMF Technical Working Group“ eingerichtet. Beide dienen als Plattform für den länderübergreifenden Erfahrungsaustausch zwischen den Mobilfunk-Gesellschaften und fördern das gegenseitige Lernen im Sinne eines systematischen Austauschs von vorbildlichen Praxisbeispielen.

Das „EMF Core Team“ begleitet und koordiniert Strategieprozesse und erarbeitet Verbesserungsvorschläge zum verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit. Außerdem unterstützt es die nationale Umsetzung der EMF-Policy.

In der „EMF Technical Working Group“ erarbeiten Experten aus verschiedenen Landesgesellschaften technische Bewertungen zu neuen Technologien sowie interne Richtlinien zum Arbeitsschutz im Bereich

Transparenz.

Die Telekom setzt zur Förderung der Transparenz im Bereich Mobilfunk und Gesundheit drei Schwerpunkte, die sich in drei Empfehlungen der EMF-Policy wiederfinden:

- Die Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom sind angehalten, die Zuständigkeiten und Prozesse bei Anfragen zu Technik, Sicherheit und Gesundheit intern zu klären und zu etablieren.
- Die öffentliche Zugänglichkeit der Informationen über vorhandene elektromagnetische Felder soll gefördert werden. Hierzu gehört beispielsweise die Durchführung von EMF-Messkampagnen oder die Unterstützung nationaler EMF-Datenbanken.
- Der Nachweis über die Einhaltung der ICNIRP-Grenzwerte ist für jede einzelne Mobilfunk-Antenne auf Anfrage zur Verfügung zu stellen.

In allen Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom sind im Berichtszeitraum eine Reihe entsprechender Maßnahmen etabliert und weiter ausgebaut worden.

Managementstrukturen in Montenegro und der EJR Mazedonien.

Nach Verabschiedung der EMF-Policy im Oktober 2011 leitete unsere montenegrinische Landesgesellschaft Crnogorski Telekom verschiedene interne Maßnahmen zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Mobilfunk und Gesundheit ein. Sie benannte einen EMF-Manager und gründete eine EMF-Arbeitsgruppe. Für die zeitnahe Bearbeitung von externen Anfragen wurden außerdem Prozesse für die bereichsübergreifende Zusammenarbeit zwischen Technikabteilungen, Human Resources und Public Relations etabliert.

Schnelle Bearbeitung von Anfragen in der EJR Mazedonien.

Im Jahr 2011 kamen die von T-Mobile Macedonia im Vorjahr geschaffenen internen Prozesse zum Management von EMF-Kundenanfragen auf den Prüfstand. Insbesondere die rasche Beantwortung als zentrale Voraussetzung für die Kundenzufriedenheit wurde untersucht. Die Auswertung ergab, dass EMF-Kundenanfragen nach ihrem Eingang sofort bereichsübergreifend bearbeitet und innerhalb von fünf Arbeitstagen beantwortet werden.

EMF-Messkampagne in Kroatien.

In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Gesundheit und Soziales in Kroatien haben autorisierte Messinstitute verteilt über das gesamte Jahr 2011 an rund 100 Standorten der T-HT Hrvatski Telekom EMF-Messungen vorgenommen. Die Ergebnisse bestätigten einmal mehr, dass die elektromagnetischen Feldstärken deutlich unter den nationalen und internationalen Grenzwerten liegen. Mit den Messungen kam die T-HT Hrvatski Telekom auch der im September 2011 in Kroatien in Kraft getretenen Informationspflicht zu den tatsächlichen elektromagnetischen Feldern an ausgewählten Standorten nach.

EMF-Monitoring in Montenegro im Aufbau.

Die von der montenegrinischen Umweltschutzbehörde für 2012 geplanten Messkampagnen sowie das

EMF-Monitoring zur Aufklärung der Öffentlichkeit über die aktuell gemessenen elektromagnetischen Felder werden von der Crnogorski Telekom finanziell unterstützt. Mit der Durchführung ist die Elektrotechnische Fakultät der Universität Montenegro betraut. Die Ergebnisse sind für 2012 angekündigt.

Griechenland: Messungen im 6-Minuten-Takt.

Im Berichtszeitraum installierte Cosmote Greece insgesamt 28 neue Messstationen mit dem Messsystem Pedion24. Über das Jahr wurden 7 141 000 Messungen (alle 6 Minuten eine Messung) durchgeführt und die Ergebnisse auf www.pedion24.gr veröffentlicht. So konnten für interessierte Bürger lückenlose Informationen über die vorhandenen elektromagnetischen Felder an ausgewählten Standorten bereitgestellt werden.

Pedion24 ist ein kontinuierliches (24-Stunden-)EMF-Messsystem im Frequenzbereich 100 kHz bis 3 GHz. Cosmote Greece entwickelte Pedion24 in enger Zusammenarbeit mit Forschungseinrichtungen wie der National Technical University of Athens, der Aristotle University of Thessaloniki und der University of the Aegean.

Pedion24 misst als autonomes Monitoringsystem die elektromagnetischen Felder an ausgewählten Orten rund um die Uhr und übermittelt die Messdaten an einen zentralen Speicher. Dort werden sie ausgewertet und unverzüglich im Internet veröffentlicht. Typische Messstandorte sind zum Beispiel Schulen, Krankenhäuser, Gemeindehäuser sowie andere öffentliche Gebäude. Die Erfahrungen bei Cosmote Greece zeigen, dass diese 24-Stunden-Messungen in der Öffentlichkeit eine hohe Glaubwürdigkeit genießen und so maßgeblich zu einer Versachlichung der gesellschaftlichen EMF-Debatte in Griechenland beitragen.

Albanische Messkampagne kurz vor dem Abschluss.

Die albanische Landesgesellschaft AMC unterstützte 2011 eine unabhängige Messkampagne der Polytechnischen Universität von Tirana, um mehr Transparenz über tatsächliche EMF-Emissionen im Land herzustellen. Dabei wurden elektromagnetische Felder an „sensiblen“ Orten wie Schulen, Krankenhäusern und Wohngebieten gemessen. Die Ergebnisse und der Abschlussbericht sind für 2012 angekündigt und werden auf den Websites von AMC und der Polytechnischen Universität Tirana veröffentlicht.

Einhaltung internationaler Grenzwerte.

Grenzwerte dienen dem Schutz der Gesundheit. Sie basieren auf dem aktuellen Stand der Wissenschaft und geben an, bis zu welcher Grenze Belastungen erlaubt sind. Unter anderem gibt es Grenzwerte für Stoffe im Trinkwasser oder für die Lärmbelastung. Auch für den Mobilfunk sind Grenzwerte vorgeschrieben. Ihre Einhaltung gewährleistet die sichere Nutzung der Mobilfunk-Technologie. In den meisten Märkten, in denen die Telekom aktiv ist, gelten gesetzlich verankerte Grenzwerte, die auf den Empfehlungen der Internationalen Strahlenschutzkommission (ICNIRP) für den Mobilfunk (für den Frequenzbereich von 100 kHz bis 300 GHz) beruhen. Alle Basisstationen unserer Mobilfunk-Landesgesellschaften sind gemäß den jeweiligen nationalen Grenzwertbestimmungen aufgebaut und entsprechen den Richtlinien der Internationalen Strahlenschutzkommission (ICNIRP). Für eine verbesserte Transparenz bieten unsere Landesgesellschaften für jede einzelne Basisstation eine Konformitätserklärung an, die die Einhaltung der Grenzwerte bestätigt.

Information.

Ein weiteres Prinzip der EMF-Policy der Telekom betrifft das aktive Bereitstellen von Informationen über Technik und Gesundheitsforschung: Die Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom sind aufgefordert, die aktive Kommunikation der Schwerpunkte Technik, Sicherheit, Forschung und Gesundheit im Themenfeld Mobilfunk und Gesundheit zu fördern. Hierzu zählt neben Aufklärungsmaßnahmen und Verbraucherinformationen auch die interne Sensibilisierung der Mitarbeiter.

Branchenweite Kommunikationsinitiativen.

Die Mobilfunk-Landesgesellschaften der Telekom engagieren sich in zahlreichen nationalen Betreiberinitiativen, um die öffentliche Kommunikation über Mobilfunk und Gesundheit zu verbessern. Die Betreiberinitiativen dienen Bürgern, Medien sowie öffentlichen und privaten Institutionen als zentrale Ansprechpartner zum Thema Mobilfunk. Sie engagieren sich für Offenheit in allen diesbezüglichen Belangen, insbesondere in Fragen des Gesundheits- und Verbraucherschutzes, des Netzausbaus und des Umgangs mit Standortkonflikten.

Ausgewählte Mitgliedschaften zum Thema Mobilfunk und Gesundheit.

Gründung	Name	Landesgesellschaft
1996	Forum Mobile Communications (FMK) www.fmk.at	T-Mobile Austria
1999	Mobile Network Operators Association (MoNet) www.monet-info.nl	T-Mobile Netherlands
2001	Information Centre Mobile Communications (IZMF) www.izmf.de	Telekom Deutschland
2003	Mobile Operators Association (MOA) www.mobilemastinfo.com	T-Mobile UK
2004	Mobile Communication Association of Croatia (UPKH) http://www.upkh.hr/index-en.html	T-HT Hrvatski Telekom
2005	T-Mobile USA's Web Portal on EMF and Mast Siting http://www.t-mobile-takeaction.com/aboutwireless.html	T-Mobile USA
2007	GSM Association's Web Portal on 'Health & Environment' www.gsmworld.com/health	Deutsche Telekom Group
2007	Hungarian Mobile Operator's 'EMF Portal' www.emf-portal.hu	Magyar Telekom
2008	Polish Society of Applied Electromagnetics (PTZE) Web Portal 'Electromagnetic Fields' www.polaelektromagnetyczne.pl	PTC
2008	Mobile Operators Association (EEKT) www.eekt.gr	Cosmote Greece
2010	Macedonian Operator Working Group on EMF	T-Mobile Macedonia
2010	Czech Operator Association www.zdraviamobil.cz	T-Mobile Czech Republic

Diskussionen über Verbraucherinformationen.

Im Berichtszeitraum hat die Brancheninitiative des Informationszentrums für Mobilfunk (IZMF) zahlreiche Projekte in Deutschland durchgeführt, darunter beispielsweise das inzwischen achte Kommunikationsforum im September 2011 in Berlin. Rund 40 Experten aus Politik, Wirtschaft, Wissenschaft und Zivilgesellschaft – darunter auch Vertreter der Telekom – diskutierten hier über das Thema Kennzeichnungen im Bereich Mobilfunk.

SAR-Wert, Eco-Index und WEEE-Kennzeichnung sind nur einige Beispiele für die zahlreichen Angaben und

Kennzeichnungen im Bereich Mobilfunk. Im Zentrum der Veranstaltung stand daher die Frage, ob solche Label den Verbrauchern wirklich Orientierung bieten und für mehr Transparenz sorgen.

Das Informationszentrum Mobilfunk (IZMF) ist Ansprechpartner für Bürger, Medien sowie öffentliche und private Einrichtungen zum Thema mobile Kommunikation. Es ist ein eingetragener, gemeinnütziger Verein, der von den Mobilfunknetz-Betreibern in Deutschland gegründet wurde. Informationen zum Thema Mobilfunk können beim IZMF unter der gebührenfreien Hotline 0800 3303133 oder unter www.izmf.de bezogen werden.

Zielgruppenspezifische Informationen in Tschechien.

T-Mobile Czech Republic erarbeitete im Berichtszeitraum gemeinsam mit anderen tschechischen Netzbetreibern in der nationalen Netzbetreibervereinigung neue Informationsmaterialien zum Thema Mobilfunk und Gesundheit. 2011 wurden zwei zielgruppenspezifische Broschüren umgesetzt: ein Flyer mit Basisinformationen sowie eine ausführliche Informationsbroschüre mit Details zu Technik, Sicherheit und Stand der Forschung für Personen, die sich intensiv mit der Thematik Mobilfunk und Gesundheit auseinandersetzen möchten. Ergänzt werden diese Printprodukte um die betreiberübergreifende Website www.zdraviamobil.cz zu Mobilfunk und Gesundheit.

Deutsche Kommunen beim LTE-Ausbau unterstützt.

Auch außerhalb der Netzbetreibervereinigungen kooperiert die Telekom Deutschland bei gesellschaftlich relevanten Aufgaben mit ihren Wettbewerbern. In Deutschland erarbeiteten wir 2011 in Kooperation mit kommunalen Spitzenverbänden und anderen Netzbetreibern ein Basispapier zur neuen Mobilfunk-Technologie LTE und möglichen Störungen durch Frequenzüberschneidungen, etwa bei drahtlosen Mikrofonanlagen. Ziel ist es, die Kommunen über die neue Technologie zu informieren und Lösungsvorschläge zu erarbeiten. Unter Netze sind weitere Informationen zum LTE-Ausbau erhältlich.

Bewährte EMF-Partnerschaften in den Niederlanden.

T-Mobile Netherlands kooperiert bei Bürgeranfragen zu einzelnen Standorten eng mit ihren bewährten Partnern, darunter die Netzbetreiberinitiative MoNet, die Informationsplattform der niederländischen Regierung Antennebureau und die öffentliche Informationsplattform über Mobilfunk und Gesundheit EMF Knowledge Center. Alle drei Institutionen werden von sämtlichen Netzbetreibern der Niederlande unterstützt und haben sich als wichtige Informationsquellen für die Bevölkerung bewährt.

Kampagnenschwerpunkt LTE in Österreich.

Im Jahr 2011 hat T-Mobile Austria ihre Internet-Informationen zu Mobilfunk und Gesundheit vollständig überarbeitet und aktualisiert. Unter dem Titel „Sicher im Netz“ werden hier die Mobilfunk-Technik, Sicherheitsaspekte und Verbraucherinformationen sowie Informationen zur elektromagnetischen Verträglichkeit einfach und verständlich erklärt. Ergänzend können interessierte Verbraucher Hintergrundinformationen und Broschüren herunterladen. Weiterhin bietet T-Mobile Austria den Kunden die Möglichkeit, via E-Mail (environment@t-mobile.at) direkt mit internen Experten in Kontakt zu treten. Auch im Bereich der neuen LTE-Technik setzt T-Mobile Austria einen Informationsschwerpunkt auf das Thema Mobilfunk und Gesundheit. 2012 wird hierzu eine spezielle Verbraucherbroschüre veröffentlicht.

Bewusstseinsbildung zu EMF in Griechenland.

Cosmote Greece startete 2011 ein Projekt, um die Lücke zwischen dem aktuellen Stand der Wissenschaft und den Kenntnissen der Bevölkerung zum Thema Mobilfunk und Gesundheit zu verkleinern. Im Fokus standen aktuelle Forschungsergebnisse, technische Hintergründe sowie Sicherheitsaspekte und die in der Praxis tatsächlich auftretenden elektromagnetischen Felder. Cosmote Greece setzte hierzu eigene Broschüren ein, hielt Veranstaltungen in Schulen und Gemeinden ab und führte Gespräche mit lokalen Behörden. Außerdem wurde das Pedion24-Messsystem verstärkt gefördert.

EMF-Informationskampagnen in Rumänien und Albanien.

Auch die rumänische und die albanische Mobilfunk-Landesgesellschaft haben im Berichtszeitraum neue Informations- und Aufklärungsmaßnahmen aufgelegt.

Cosmote Romania hat sich zum Ziel gesetzt, die aktuelle Diskussion um Mobilfunk und Gesundheit zu versachlichen und Wissenslücken zu schließen. Die Vorbereitungen für die im Juli 2012 startende Informationskampagne laufen bereits. Sie richtet sich vor allem an Behörden auf nationaler und kommunaler Ebene. Bei lokalem Informationsbedarf der Bürger bietet Cosmote Romania außerdem Beratungen an. Ergänzt wird die Kampagne durch verschiedene Broschüren zum Thema Mobilfunk und Gesundheit. Eine neue Broschüre ist für 2012 in Vorbereitung.

Die albanische Mobilfunk-Gesellschaft AMC hat im Berichtszeitraum verschiedene Informationsbroschüren zum Thema Mobilfunk und Gesundheit für interessierte Bürger veröffentlicht. Diese sind auf der AMC-Homepage und in den Shops von AMC erhältlich.

Online-Informationen zu Mobilfunk und Gesundheit.

Zahlreiche Mobilfunk-Landesgesellschaften stellen im Internet Informationsmaterial zum Themenbereich Mobilfunk und Gesundheit in der jeweiligen Landessprache zur Verfügung.

Online-Informationen der Mobilfunk-Gesellschaften zum Thema Mobilfunk und Gesundheit.		
Deutsche Telekom		http://www.telekom.com
Telekom Deutschland Vertriebsportal		www.telekom.de/sar-werte
T-Mobile Austria		www.t-mobile.at
T-Mobile Netherlands		www.t-mobile.nl
T-HT Hrvatski Telekom		www.t.ht.hr
Cosmote Greece		www.cosmote.gr
Magyar Telekom		www.telekom.hu
Cosmote Romania		www.cosmote.ro
AMC		http://www.amc.al
T-Mobile Macedonia		www.t-mobile.com.mk

Verbesserte Informationen für Mobilfunk-Nutzer.

Mit dem Ziel, die Informationen für Verbraucher weiter zu verbessern, hat die Telekom Deutschland bewährte Broschüren, wie zum Beispiel den Flyer „Informationen zum Umgang mit dem Handy“, neu aufgelegt und weiterentwickelt. Er steht interessierten Kunden direkt in den T-Shops zur Verfügung und kann im Internet heruntergeladen werden. Die Telekom informiert damit Handy-Nutzer über Technik und Sicherheitsaspekte der

Endgeräte und erfüllt zugleich ihre Zusagen im Rahmen der „Freiwilligen Mobilfunkselfstverpflichtung der Netzbetreiber“ gegenüber der Bundesregierung.

Ergänzend kann sich der Verbraucher über die SAR-Werte jedes von der Telekom vertriebenen Endgeräts in Deutschland informieren. Dieser kontinuierlich aktualisierte Service steht an Verkaufspunkten, in verschiedenen Magazinen wie zum Beispiel der „telekom trend“ oder auch auf www.telekom.de/sar-werte, der im Jahr 2011 neu gestalteten Internet-Seite des Vertriebsportals, zur Verfügung. Hier erhält der interessierte Verbraucher Hintergrundinformationen über Technik- und Sicherheitsaspekte.

Auch auf ihrem Verantwortungsportal stellt die Telekom umfassende Informationen zu Technik und Sicherheit des Mobilfunks zur Verfügung. Hierzu wurden 2011 die gesamten Seiten zu Mobilfunk und Gesundheit überarbeitet und auf einer Internet-Plattform zusammengefasst. So kann der Kunde zentral auf alle Informationen zugreifen und über die dort hinterlegten Links verwandte Seiten abrufen.

EMF-Verbraucherinformationen der Landesgesellschaften.

Mehrere Landesgesellschaften haben ihre Verbraucherinformationen zu Mobilfunk und Gesundheit im Berichtszeitraum weiter verbessert:

So hat die montenegrinische Crnogorski Telekom eine Reihe von Informationsmaßnahmen zu Mobilfunk und Gesundheit und insbesondere zu den SAR-Werten umgesetzt; weitere sind für 2012 geplant. Informationen zum SAR-Wert der Endgeräte sind seit 2011 fester Bestandteil der Produktinformationen und werden bald auch in den Verkaufspunkten und im Internet abrufbar sein.

Neuerdings informiert auch die Slovak Telekom via Internet über den SAR-Wert der angebotenen Geräte.

Um Verbraucherinformationen nutzerorientiert weiterzuentwickeln, führte Cosmote Romania vier repräsentative Umfragen – im Februar 2011, Mai 2011, September 2011 und Januar 2012 – zur öffentlichen Wahrnehmung des Mobilfunks sowie seiner Emissionen und Gesundheitsaspekte durch. Basierend auf den Ergebnissen entwickelt Cosmote Romania nun eine Kommunikationsstrategie, die im Frühjahr 2012 umgesetzt werden soll.

Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter.

Mitarbeiter der Telekom sind wichtige Botschafter nach außen. Sie helfen, das Wissen zu Mobilfunk und Gesundheit in der Öffentlichkeit zu erhöhen und dadurch die Akzeptanz für die Mobilfunk-Technik zu verbessern. In mehreren Landesgesellschaften wurden im Berichtszeitraum hierzu Schulungsprogramme durchgeführt.

Im Dezember 2011 schulte Globul in Bulgarien ihre Mitarbeiter zum Themenbereich Mobilfunk und Gesundheit und konnte dafür einen Repräsentanten der Weltgesundheitsorganisation (WHO) als Referenten gewinnen. Ziel der Maßnahme war es, das interne Wissen zu physikalischen und technischen Grundlagen zu vertiefen und den aktuellen Stand der Wissenschaft sowie die Ergebnisse der Messkampagnen zu vermitteln. Auch für Subunternehmen und Auftragnehmer, die an der Standortakquisition und der Antenneninstallation beteiligt sind, bot Globul 2011 EMF-Trainings an, um sicherzustellen, dass alle am Netzauf- und -ausbau Beteiligten die Fragen der Bürger und Anwohner direkt vor Ort beantworten können.

Die kroatische T-HT Hrvatski Telekom schulte im Jahr 2011 rund 260 Mitarbeiter zum Thema EMF und informierte dabei ausführlich über technische Hintergründe sowie Sicherheits- und Gesundheitsaspekte der Mobilfunk-Technik. Zusätzlich veranstaltete die T-HT Hrvatski Telekom Online-Trainings für weitere 800 Mitarbeiter. Ergänzt werden diese internen Schulungen durch spezielle Workshops für Beschäftigte mit besonderem durch ihre Tätigkeit bedingtem Bedarf an EMF-Informationen.

Die tschechische Mobilfunk-Landesgesellschaft T-Mobile Czech Republic führte 2011 als festen Bestandteil der Orientierungstage für neue Mitarbeiter Expertentrainings ein. Neben der Wissensvermittlung ging es dabei auch um eine Sensibilisierung für die gesellschaftliche Debatte.

Partizipation.

Basis für den erfolgreichen Netzausbau ist die aktive und frühzeitige Einbeziehung aller Beteiligten. Dies geschieht durch die aktive Aufnahme von Dialogen mit Stakeholdern wie zum Beispiel Kommunen, Bürgern und Anwohnern von Mobilfunk-Antennen sowie kritischen Initiativen und NGOs. In der EMF-Policy haben wir daher das Prinzip der Partizipation fest verankert. Aufbauend auf dem Grundsatz der Teilhabe haben wir drei wesentliche Empfehlungen entwickelt:

- Unsere Mobilfunk-Gesellschaften sind gehalten, eng mit Kommunen zusammenzuarbeiten und diese mit Fachwissen bei der Beantwortung von Bürgeranfragen zu Themen der Netzentwicklung und Mobilfunk-Standortwahl zu unterstützen.
- Bei der Standortsuche sollen in Konfliktfällen möglichst einvernehmliche Lösungen gesucht werden. Förderlich ist hierfür die Ernennung von Ansprechpartnern, die kontinuierliche Beziehungen mit den regionalen Akteuren pflegen. So können Konflikte oder offene Fragen schnell, fundiert und unkompliziert adressiert werden.
- Eingriffe in die Landschaft und ins Stadtbild wollen wir so gering wie möglich halten. Bei der Standortwahl versuchen wir, optische Beeinträchtigungen durch Mobilfunk-Antennen möglichst zu vermeiden.

Entsprechende Maßnahmen zur Förderung der Partizipation haben die Landesgesellschaften schon seit mehreren Jahren umgesetzt. In Deutschland basiert dieses Engagement insbesondere auf der freiwilligen Selbstverpflichtung der Mobilfunk-Betreiber sowie auf der Verbändevereinbarung mit den kommunalen Spitzenverbänden. Beide hat die Telekom in Deutschland im Jahr 2001 unterzeichnet.

Selbstverpflichtung der Mobilfunk-Betreiber in Deutschland.

Ende 2011, anlässlich des 10. Jahrestags der freiwilligen Selbstverpflichtung der Mobilfunk-Betreiber in Deutschland, sicherte die Telekom Deutschland, wie auch die übrigen deutschen Mobilfunk-Betreiber, der deutschen Bundesregierung die Fortsetzung der Selbstverpflichtung zu.

Im Dezember 2001 hatten sich die vier Netzbetreiber in Deutschland freiwillig zu vertrauensbildenden Maßnahmen beim Ausbau der Mobilfunknetze verpflichtet. Zentrale Ziele der Vereinbarung sind die Verbesserung der Transparenz beim Netzausbau, die Stärkung der Verbraucherinformation und die Förderung von unabhängiger Forschung. Ein konkretes Beispiel für die Umsetzung der Vereinbarung ist die Information und Beteiligung der Städte und Gemeinden beim Ausbau der Mobilfunknetze. Durch die Umsetzung der freiwilligen Selbstverpflichtung konnten wichtige Voraussetzungen für die aktuelle Ausbauplanung der Deutschen Telekom – unter anderem für den Aufbau einer modernen mobilen Breitbandversorgung – geschaffen werden.

Die Netzbetreiber kündigten außerdem an, Vorhaben des Bundesumweltministeriums zur Risikokommunikation in den nächsten beiden Jahren mit insgesamt 600 000 Euro zu unterstützen. Ziel ist es, noch umfassender und gezielter über mögliche Wirkungen des Mobilfunks auf den Menschen und die Umwelt zu informieren.

Die Maßnahmen zur Umsetzung der Selbstverpflichtung trugen wesentlich zur Verringerung der Konflikte um Mobilfunk-Standorte und zur Verbesserung der Akzeptanz der Mobilfunk-Technologie in der Gesellschaft bei. Dies belegen unabhängige Gutachten. Zentraler Bestandteil der Selbstverpflichtung ist die regelmäßige unabhängige Prüfung der zugesagten Maßnahmen durch ein Gutachterkonsortium, das aus Vertretern des

Deutschen Instituts für Urbanistik und der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen besteht. Die Resultate der Überprüfung werden alle zwei Jahre in einem unabhängigen Gutachten zusammengestellt und der Bundesregierung überreicht. Die Ergebnisse des Jahresgutachtens 2011 werden im zweiten Quartal 2012 veröffentlicht.

Die erneute positive Resonanz der beteiligten Ministerien und des Kanzleramts auf die erfolgreiche Umsetzung der Selbstverpflichtung bestärkt uns in unserem Engagement für einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Themenfeld Mobilfunk und Gesundheit.

Die Mobilfunk-Selbstverpflichtung in Deutschland zeigt beispielhaft, wie Dialog und Partizipation gelingen können. 2001 ist die Telekom Deutschland gemeinsam mit den anderen Netzbetreibern eine freiwillige Selbstverpflichtung gegenüber der Bundesregierung eingegangen. Sie sichert darin „Maßnahmen zur Verbesserung von Sicherheit und Verbraucher-, Umwelt-, und Gesundheitsschutz, Information und vertrauensbildenden Maßnahmen beim Ausbau der Mobilfunknetze“ zu.

Ziel der Vereinbarung ist es, den Verbraucher- und Gesundheitsschutz beim Ausbau der Mobilfunknetze in Deutschland zu verbessern. Dazu haben die Netzbetreiber seit 2001 eine Reihe von Maßnahmen und Aktivitäten umgesetzt. Im Jahr 2008 bekräftigten die Mobilfunk-Betreiber diese Selbstverpflichtung nochmals und vereinbarten weitere Maßnahmen. Mit der Fortschreibung der freiwilligen Selbstverpflichtung 2008 unterstreicht die Telekom Deutschland ihren Willen, sich auch künftig im Dialog mit Kommunen und Bürgern zu engagieren. Dazu gehört auch die fortgesetzte Umsetzung der Mobilfunk-Verbändevereinbarung.

Die Verbändevereinbarung wurde ebenfalls 2001 von allen Mobilfunk-Unternehmen in Deutschland gemeinsam mit den kommunalen Spitzenverbänden – Deutscher Städtetag, Deutscher Landkreistag sowie Deutscher Städte- und Gemeindebund – unterzeichnet („Vereinbarung über den Informationsaustausch und die Beteiligung der Kommunen beim Ausbau der Mobilfunknetze“). Ziel dieser Verbändevereinbarung ist die Einbeziehung der Städte und Gemeinden in den Netzausbau. Im Rahmen eines kooperativen und konstruktiven Dialogs streben Mobilfunk-Unternehmen und Kommunen eine einvernehmliche Lösung für neue Mobilfunk-Standorte an. Durch die umgesetzten Maßnahmen konnte der Informationsfluss zwischen Kommunen und Netzbetreibern nachhaltig verbessert werden.

Weitere Bestandteile der Selbstverpflichtung sind die Verbesserung der Verbraucherinformationen, insbesondere im Hinblick auf den Gebrauch von Handys, und die finanzielle Unterstützung der unabhängigen Mobilfunk-Forschung der Bundesregierung.

Dialoge zum Netzauf- und -ausbau.

Bei der Einführung neuer Technologien ist es wichtig, die Bevölkerung frühzeitig über die verwendete Technik zu informieren. Unsere Erfahrungen mit dem Aufbau der Netzinfrastruktur zeigen, dass ein direkt mit Kommunen, Bürgern und Anwohnern geführter Dialog maßgeblich zur Akzeptanz unserer Technik und zum Abbau von Unsicherheiten beiträgt.

Begleitend zum Ausbau der LTE-Netzinfrastruktur in Deutschland hat die Telekom Deutschland 2011 einen Dialog mit Kommunen und Bürgern durchgeführt, um sich kritischen Fragen kommunaler Entscheidungsträger zu stellen, ihnen Möglichkeiten der Teilhabe aufzuzeigen und gemeinsam mit ihnen Lösungen zu erarbeiten.

Zur Beantwortung ihrer Fragen stehen den Bürgern vor Ort regionale Ansprechpartner zur Verfügung. Diese kennen die lokalen Gegebenheiten und stehen im kontinuierlichen Austausch mit Bürgern und Kommunen. Weiterhin können sich die Fragesteller auch über unsere Experten-Hotline (0800 0852606) oder über die E-Mail-Adresse emvu@telekom.de mit Fragen zu Mobilfunk und Gesundheit an die Telekom wenden.

Im Rahmen des LTE-Ausbaus in Österreich, führte T-Mobile Austria zwischen Mai und Oktober 2011 in allen Bundesländern Informationsveranstaltungen für Repräsentanten der Landes- und Kommunalbehörden durch. Dabei konnten diese sich eingehend über die LTE-Technik sowie deren Sicherheitsaspekte informieren. T-Mobile Austria gelang es, hierfür renommierte Experten der Universität Innsbruck für Mobilfunk und Gesundheit zu gewinnen.

Begleitend zum aktuellen Netzausbau in Montenegro setzte auch Crnogorski Telekom im Berichtszeitraum verschiedene Dialogmaßnahmen mit Kommunen um und trug dadurch zu einer Versachlichung in der gesellschaftlichen Diskussion bei.

Teilnahme am Expertendiskurs zu EMF.

Vertreter der bulgarischen Mobilfunk-Landesgesellschaft Globul nahmen im Oktober 2011 in der Landeshauptstadt Sofia aktiv an der 6. internationalen CEMA (Communication, Electromagnetics and Medical Applications) teil. Die CEMA ist eine der wichtigsten internationalen Konferenzen in den Balkanländern zu Themen der Ingenieurwissenschaften und der Medizin. Unter dem Titel „EMF Exposure and Mobile Telephony“ thematisierte Globul dort die Probleme im Umgang mit der gesellschaftlichen Debatte um Mobilfunk und Gesundheit und präsentierte ihre Strategie eines verantwortungsvollen Umgangs mit dem Thema.

In Deutschland fand die dritte Sitzung des „Runden Tisches Elektromagnetische Felder“ (RTEMF) im November 2011 statt. Dazu waren Gesundheits-, Umwelt- und Verbraucherschutzexperten sowie Wissenschaftler geladen. Ein EMF-Experte der Telekom Deutschland nahm ebenfalls teil und diskutierte aktuelle Sicherheits-, Forschungs- und Technikfragen zum Mobilfunk.

Für die Telekom Deutschland stellt der „Runde Tisch Elektromagnetische Felder (RTEMF)“ ein zentrales Instrument für einen offenen Dialog mit allen Interessengruppen in der gesellschaftlichen EMF-Diskussion dar. Der ursprünglich im Rahmen des „Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramms“ (DMF) initiierte und bis 2009 stattfindende „Runde Tisch zum Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramm“ wird seit 2010 unter dem Namen „Runder Tisch Elektromagnetische Felder“ (RTEMF) fortgeführt.

Wissenschaftsförderung & Partnerschaft.

Die Wirkung elektromagnetischer Felder auf den Menschen ist in den vergangenen Jahrzehnten gründlich erforscht worden. Aufgrund gesicherter Forschungsergebnisse bestätigen alle anerkannten Expertengremien, dass die geltenden Grenzwerte die sichere Nutzung des Mobilfunks gewährleisten.

Angesichts neuer Technologieentwicklungen gilt es jedoch, das Wissen über mögliche Wirkungen des Mobilfunks stetig zu vervollständigen. In der EMF-Policy haben wir darum das Prinzip der unabhängigen Wissenschaftsförderung und Partnerschaft verankert sowie zwei Empfehlungen für den Umgang mit Wissenschaft und Forschung entwickelt:

- Als führender Mobilfunknetz-Betreiber ist die Telekom gehalten, die unabhängige wissenschaftliche Erforschung möglicher Auswirkungen elektromagnetischer Felder auf die Gesundheit zu fördern und unabhängige Forschungsprogramme zu unterstützen.
- Die Festlegung von Grenzwerten für elektromagnetische Felder muss auf gesicherten Forschungsergebnissen beruhen und ständig überprüft werden.

Kompetenzentwicklung im Wissenschaftsforum EMF.

Im April 2011 fand die Auftaktveranstaltung des neuen „Wissenschaftsforums Elektromagnetische Felder“ (WF-EMF) in der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften statt. Hauptziel des Forums ist es, Möglichkeiten für einen neuen Umgang mit dem innerhalb der Wissenschaften bestehenden Konflikt um mögliche gesundheitlichen Auswirkungen von EMF zu erarbeiten. Projektträger ist das renommierte Institut für Technikfolgenabschätzung (ITAS) beim Karlsruher Institut für Technologie (KIT), das zur Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren gehört.

Zur Auftaktveranstaltung des Wissenschaftsforums trafen sich knapp 60 Wissenschaftler und Wissenschaftlerinnen aus den Disziplinen Biologie, Epidemiologie, Entscheidungsforschung, Kommunikationsforschung, Humanmedizin, Public Health, Soziologie und Statistik.

2011 veranstaltete das WF-EMF mehrere Treffen zu ausgesuchten Themen der Forschung und Risikobewertung im Bereich Mobilfunk und Gesundheit. Die Teilnahme stand allen Stakeholdern, zum Beispiel aus Wissenschaft, Politik, NGOs, Bürgerinitiativen oder Wirtschaft, offen. Im August 2011 fand ein Netzwerktreffen zur Risikokommunikation in den Berliner Räumen der Fraunhofer-Gesellschaft statt. Im September 2011 folgte in Zusammenarbeit mit dem Kompetenzzentrum für Schlafforschung der Berliner Charité ein Netzwerktreffen zu „Neurodegenerativen Erkrankungen und ELF & RF EMF Exposition“. Im Dezember 2011 trafen sich Vertreter aus Wissenschaft, Gremien, Behörden und NGOs sowie Politik und Industrie im Berliner Spreepalais der Helmholtz-Gemeinschaft und diskutierten über die Einstufung von elektromagnetischen Feldern als möglicherweise krebserregend durch die internationale Behörde für Krebsforschung (IARC).

Zusammenfassungen der Ergebnisse zu den Treffen sollen 2012 auf <http://www.wf-emf.org/de> veröffentlicht werden.

Die Telekom unterstützte 2010 finanziell die Vorbereitung und Schaffung des „Wissenschaftsforums EMF“

(WF-EMF). Offiziell gegründet wurde das WF-EMF zum 1. Januar 2011. Ziel des Wissenschaftsforums ist die Erforschung der Entstehung wissenschaftlicher Konflikte und der wissenschaftlichen Regeln und Normen in konfliktbeladenen Situationen. Außerdem sollen für eine fundierte Risikoabschätzung Wege aufgezeigt werden, wie wissenschaftliche Studien fair gewichtet und interpretiert werden können.

Träger des WF-EMF ist das Institut für Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse (ITAS) des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT), ein Mitglied der Helmholtz-Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren. Das Forum wird durch einen Beirat international anerkannter Forscher aus den Bereichen Biologie, Epidemiologie, Entscheidungsforschung, Elektrotechnik, Kommunikation sowie Soziologie und Statistik beraten. Sein Ziel ist es, die Forschungskompetenz im Bereich Mobilfunk und Gesundheit zu erhalten sowie der Fachöffentlichkeit umfassende und klare Informationen zum aktuellen Forschungsstand zur Verfügung zu stellen.

Mehr Informationen zum Wissenschaftsforum EMF sind erhältlich unter:

<http://www.wf-emf.org/de> und http://www.wf-emf.org/de/ressourcen/flyer_wf-emf-deutsch.

Förderung unabhängiger Forschung.

Zusammen mit den anderen deutschen Netzbetreibern unterstützt die Telekom Deutschland Projekte des Umweltforschungsplans der deutschen Bundesregierung im Bereich Mobilfunk und Gesundheit. Gemeinsam stellten die Netzbetreiber hierfür einen Betrag von 1 Million Euro zur Verfügung. Im Zeitraum von 2008 bis 2012 werden im Rahmen des Programms mehrere Projekte renommierter Forschungsgruppen realisiert. Themenschwerpunkte der Forschungsprojekte sind mögliche Langzeitwirkungen der Nutzung des Mobilfunks und eine möglicherweise größere Sensitivität von Kindern gegenüber elektromagnetischen Feldern im Mobilfunk.

Das Engagement in Forschungsprojekten ist Teil der freiwilligen Selbstverpflichtung der deutschen Mobilfunk-Betreiber gegenüber der Bundesregierung. Hierzu zählte auch die finanzielle Förderung des Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramms (DMF) durch die Telekom zwischen 2001 und 2008. Von 2002 bis 2008 hat das Bundesumweltministerium das DMF durchgeführt. Mit einem Gesamtbudget von 17 Millionen Euro förderte das Ministerium über 50 Studien zur möglichen Wirkung von Mobilfunk-Feldern. Die Mobilfunknetz-Betreiber unterstützten das Projekt mit 8,5 Millionen Euro. Das Bundesamt für Strahlenschutz (BfS) leitete das Programm fachlich und administrativ. Seit Juni 2008 liegen die Ergebnisse vor. Das BfS fasst zusammen: Die früheren Hinweise auf gesundheitsrelevante Wirkungen hochfrequenter Felder konnten nicht bestätigt werden. Es wurden auch keine neuen Hinweise für mögliche gesundheitsrelevante Wirkungen gefunden, insbesondere auch keine nichtthermischen Wirkmechanismen. Die Ergebnisse geben deshalb insgesamt keinen Anlass, die bestehenden Grenzwerte zu korrigieren.

Nutzerdaten für Wissenschaft bereitgestellt.

Forscher der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München untersuchen in der sogenannten Mobikids-Studie mögliche Zusammenhänge zwischen der Häufigkeit der Handy-Nutzung und dem Auftreten von Tumoren bei jungen Menschen. Unter Beachtung der geltenden Datenschutzbestimmungen stellt die Telekom Deutschland den Forschern dazu alle notwendigen Daten zur Häufigkeit der Telefonnutzung der Studienteilnehmer bereit. So können mögliche Erkrankungen in Beziehung zur realen Handy-Nutzung gesetzt werden. Dies ermöglicht eine bessere Forschungsmethodik und führt zu verlässlicheren Ergebnissen. An der Studie beteiligen sich Forscher aus 13 Staaten, indem sie in den Ländern vor Ort medizinische und Handy-Nutzer-Daten sammeln. Die Studie wird bis 2014 abgeschlossen sein und wertvolle Informationen zu einem möglichen Einfluss der Mobilfunk-Nutzung auf die Gesundheit junger Menschen liefern.

Öffentlich zugängliche Datenbank für EMF-Studien.

Die Verfügbarkeit fundierter Informationen und Studien zum Thema Mobilfunk und Gesundheit ist grundlegend für einen konstruktiven gesellschaftlichen Dialog. Im Berichtszeitraum hat die Deutsche Telekom die Datenbank des deutschen Forschungszentrums für Elektro-Magnetische Umweltverträglichkeit (FEMU) der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen finanziell unterstützt.

Das FEMU sammelt alle veröffentlichten wissenschaftlichen Studien zum Thema Mobilfunk und Gesundheit und stellt diese der Öffentlichkeit zur Verfügung. Via Internet können Interessierte unentgeltlich unter www.emf-portal.de darauf zugreifen. Die Datenbank umfasst inzwischen über 15 000 wissenschaftliche Beiträge und hat sich in den vergangenen Jahren national und international als zuverlässige Quelle für wissenschaftliche Studien zu Mobilfunk und Gesundheit etabliert. So empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation (WHO) das EMF-Portal und zahlreiche nationale Behörden verweisen auf ihren Homepages ebenfalls darauf.

Forschung zu Funktechnologien und Messtechniken.

Die Telekom Deutschland unterstützt gemeinsam mit den anderen Netzbetreibern das deutsche Bundesamt für Strahlenschutz (BfS) bei einer Studie zur Bestimmung der Exposition – des Ausmaßes, in dem jemand einer Belastung ausgesetzt ist – der allgemeinen Bevölkerung durch neue Mobilfunk-Techniken. Dieses im August 2011 gestartete Forschungsprojekt wird durch das Institut für Mobil- und Satellitenfunktechnik (IMST) und die EM-Institut GmbH durchgeführt. Ziel ist es, die Datenlage zu den durch neue Funkdienste, wie zum Beispiel LTE, erzeugten elektromagnetischen Feldern weiter zu verbessern. Die Telekom stellt der das Projekt durchführenden IMST hierfür alle notwendigen Informationen zu den Netzeinstellungen zur Verfügung. Die Ergebnisse dieser Studie liegen voraussichtlich bis Ende 2012 vor.

Mit der neuen Mobilfunk-Technologie LTE stellen sich auch neue Fragen. So gilt es zum Beispiel zu klären, wie sich LTE mit anderen technischen Systemen verträgt. Hierzu beauftragte die Telekom Deutschland das Institut für Mobil- und Satellitenfunktechnik (IMST), die Wechselwirkung zwischen LTE 800 und anderen Techniken mit gleichen Frequenzen wie etwa drahtlose Mikrofonanlagen zu untersuchen. Mit den so gewonnenen Erkenntnissen wird die Telekom Kommunen bei möglichen Problemen mit LTE 800 unterstützen und mit ihnen gemeinsam Lösungen erarbeiten.

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur.

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) helfen zunehmend, energie- und ressourcenintensive Produkte und Dienstleistungen durch sparsamere zu ersetzen. Zugleich wachsen jedoch die gespeicherten und transportierten Datenmengen durch immer anspruchsvollere Anwendungen. Laut der von der Climate Group der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) herausgegebenen Studie „SMART 2020“ war die ICT-Branche im Jahr 2007 mit 830 Megatonnen CO₂-Äquivalent für rund 2 Prozent der Emissionen weltweit verantwortlich. Bis 2020 wird mit einer Steigerung ihres Anteils auf bis zu 6 Prozent jährlich gerechnet.

Umso wichtiger wird es, im Interesse des [Klimaschutzes](#), [Netze](#) und [Rechenzentren](#) nicht nur leistungsfähiger, sondern auch energieeffizienter zu gestalten.

Alte, nicht mehr benötigte Technik wird bei der Telekom Deutschland konsequent abgeschaltet, ersetzt und recycelt. Bei der [Neuanschaffung](#) setzen wir die energieeffizienteste und umweltschonendste Technik ein, die derzeit verfügbar ist. Außerdem motivieren wir unsere Kunden mit [effizienten Lösungen](#), ihrerseits bei Energie und CO₂ zu sparen. Hierzu erstellten wir auf Basis der Studie SMART 2020 die Broschüre „Klima schützen, Kosten senken“.

[Broschüre „Klima schützen, Kosten senken“](#)

Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment.

Die Deutsche Telekom bekennt sich mit ihrer Unterzeichnung des europäischen [Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment](#) (CoCBB) zu einer Optimierung des Energiebedarfs in Breitbandnetzen.

2011 verankerten wir die Version drei des Kodex in den Umweltvorgaben unserer Einkaufsrichtlinien. Die darin vorgeschriebenen Maximalwerte für den Energieverbrauch neu eingeführter Technik beachten wir in Kooperation mit unseren jeweiligen Lieferanten.

Im September 2010 unterzeichneten 20 europäische Telekommunikationsunternehmen – allesamt Mitglieder der [GeSI](#) – den sogenannten Code of Conduct on Efficiency of Broadband Communication Equipment (CoCBB). Mit ihren Selbstverpflichtungen bekennen sich die Unterzeichner, darunter der Telekom Konzern sowie die griechische Landesgesellschaft OTE, zu einer Optimierung des Energiebedarfs im Breitbandbereich.

Der CoCBB definiert Vorgaben für Endgeräte und Netzkomponenten und richtet eine Reihe von Forderungen an die Systemtechnikhersteller:

- Zulässige Maximalverbrauchswerte für Netzkomponenten (zum Beispiel DSLAM) bis zu den Geräten des Endkunden (zum Beispiel Router )
- Verpflichtung aller Beteiligten, Geräte nach energieeffizienten Kriterien herzustellen, auszuwählen und einzusetzen
- Aufzeigen von Verbesserungen der Energieeffizienz von Endverbrauchergeräten und dem in der Netzinfrastrukturkette eingesetzten Equipment

Energiesparmodus auf dem Weg zu Green DSL.



In Übereinstimmung mit dem CoCBB identifizierte die Telekom Möglichkeiten zur Optimierung des Energieverbrauchs ihres ADSL2+-Netzes. Während bisher alle Anschlüsse immer im eingeschalteten Zustand, das heißt im „Full Power Mode“ (L0 Mode) betrieben werden, lässt sich durch die Nutzung des „Low Power Mode“ (L2 Mode) bei Nutzung von Datendiensten mit geringerer Bandbreite  die elektrische Leistung künftig reduzieren. Analysen ergaben für die Nutzung des L2 Mode im ADSL2+-Netz Energieeinsparungen von bis zu 20 Prozent.

Bislang konnte der Low Power Mode aufgrund zu geringer Qualität, Stabilität und Interoperabilität nicht im Netz eingesetzt werden. Inzwischen ist es möglich, durch zusätzliche verbesserte Charakteristika des L2 Mode, die im Rahmen der Standardisierung durch die International Telecommunication Union (ITU) erreicht wurden, sowohl die Qualität des Dienstes im L2 Mode als auch die Stabilität zu erhöhen. Die Telekom beteiligte sich innerhalb des Berichtszeitraums maßgeblich an der Entwicklung des neuen Standards durch das Standardisierungsgremium der ITU.

Die verbesserten Modi können künftig in Verbindung mit einer neuen Modemgeneration auf Basis der bestehenden, in den ADSL2+-Zugangsknoten genutzten MSAN-Technologie realisiert werden.

Netzmodernisierung.

Energieeffizienz ist nicht nur bei der Planung neuer, sondern auch bei der Optimierung bestehender Netze ein wichtiges Ziel der Telekom. Mehr Leistung und weniger Energieverbrauch gehen dabei Hand in Hand.

Austausch alter 2G-Netztechnik.

Am 4. September 2011 startete der größte Austausch (engl. Swap) von Systemtechnik in der Mobilfunk-Geschichte der Deutschen Telekom: die Umrüstung alter 2G/GSM-Technik von Alcatel-Lucent auf modernste Huawei-Technik. Insgesamt sollen in Deutschland rund 12 000 Mobilfunk-Standorte umgerüstet und mehr als die Hälfte der alten 2G/GSM-Anlagen ausgetauscht werden. Die Zahl der Standorte der Controller (Steuereinheiten) für Basisstationen soll in diesem Zuge von 256 auf 13 reduziert werden.

Durch diese Modernisierung wird die Grundlage für eine zukunftssichere Technologieplattform geschaffen, die nicht nur für den LTE-Ausbau geeignet ist, sondern langfristig den gemeinsamen Betrieb aller Mobilfunk-Generationen (2G , 3G  und 4G/LTE) mit derselben Hardware ermöglichen wird. Dies soll zukünftige Investitionen erübrigen und Betriebskosten reduzieren. Nebenbei wird die 2G-Netztechnik IP-fähig und unterstützt damit auch die zukünftigen Anforderungen des Festnetzes (All-IP .

Modernisierung von 3G-Basisstationen.

Im September 2011 konnten wir das Modernisierungsprojekt „UltraSite Swap“ erfolgreich abschließen. Im Rahmen dieses Projekts haben wir an rund 3 100 Basisstationen die veraltete 3G-Technik der ersten Generation gegen effiziente Systemtechnik der neuesten Generation ausgetauscht. Neben der Verbesserung der Datenübertragung, die eine bundesweite Aktivierung von HSPA+ mit einer Bandbreite  von 42 Mbit/s ermöglichte, erzielten wir damit eine Stromersparnis von circa 8 000 kWh pro Jahr und Basisstation. Insgesamt erbrachte das Projekt eine Ersparnis von 24,8 GWh/a.

Projekt „Best Power“.

Das schnelle VDSL-Netz basiert auf Glasfaserkabeln. Einzelne Netzkomponenten werden in Multifunktionsgehäusen – im Stadtbild als graue Kästen deutlich erkennbar – verbunden. Um die Energieeffizienz der Technik in den Multifunktionsgehäusen noch weiter zu erhöhen und Leistungsverluste zu verringern, haben wir 2011 das Projekt „Best Power“ initiiert.

Im Fokus des Pilotprojekts stehen sowohl die Auswahl von Netzgeräten mit möglichst hohem Wirkungsgrad als auch die Steigerung der Energieeffizienz der Systemtechnik. Mit den zu erwartenden Energieeinsparungen wollen wir sowohl den CO₂-Ausstoß als auch die Betriebskosten senken. Belastbare Ergebnisse werden erst nach einem Feldtest Ende 2013 vorliegen, da ein Teilprojekt von „Best Power“ in Verbindung mit dem Projekt „DESI“ steht.

Task Force „Power Off“.

Im Jahr 2011 konnten wir basierend auf den Maßnahmen der Task Force „Power Off“ nicht mehr benötigte technische Anlagen mit einer Leistung von insgesamt 4 286 kW außer Betrieb nehmen. Die damit realisierte Energieeinsparung entspricht einer Einsparung von 16 564 Tonnen CO₂ pro Jahr.

Die Task Force „Power Off“ bei der Telekom Deutschland analysiert, welche nicht mehr benötigten Baugruppen mit vertretbarem Aufwand vom Netz genommen werden können und sorgt für einen systematischen Abbau veralteter Technik.

Durch den frühzeitigen Abbau nicht mehr benötigter Technik wird in erheblichem Umfang Energie eingespart. So spart die Telekom jährlich rund 37 GWh an elektrischer Energie sowie Kosten in Höhe von 8 Millionen Euro für Klimatisierung und gesicherte Energieversorgung ein. Zusätzlich wurden durch die Maßnahme einmalig Investitionsmittel unter anderem im Bereich Klimatisierung und gesicherte Energieversorgung in Höhe von rund 8,4 Millionen Euro frei. Dies kommt dem beschleunigten Aufbau der neuen Netze zugute.

Moderne Mobilfunk-Infrastruktur bei Crnogorski Telekom.

Mitte 2011 startete die montenegrinische Crnogorski Telekom ein Modernisierungsprogramm für ihre gesamte Mobilfunk-Infrastruktur. Ein Pilotprojekt in der Stadt Bar, bei dem alle Dienste auf eine einheitliche Plattform überführt wurden, zeigte eine Verbesserung der Netzwerkqualität.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Task Force „Power Off“	Umsetzung läuft. • Fortführung im Rahmen des Programms „Save4Service“ Deutschland; Stromlosschaltung von Technik mit 12 800 kW bis Ende 2012
Task-Force-Projekt „Best Power“ (alt „Best u. Backup“)	Umsetzung läuft. • Optimierung Netzgeräte in Multifunktionsgehäusen nach Energieeffizienzaspekten • Die neuen Netzgeräte sind in der Betriebsfreigabe. Prototypen für das Multifunktionsgehäuse sind erstellt, werden geprüft und Energieversorgungs-alternativen werden für einen Feldtest vorbereitet.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Klimatechnik & Energieeinsatz.

Rechenzentren produzieren viel Wärme und müssen gekühlt werden. Etwa 40 Prozent der in Rechenzentren genutzten Energie dienen diesem Zweck. Energieeffiziente Klimatechnik bietet somit ein entsprechend großes Einsparpotenzial. Die Deutsche Telekom – insbesondere T-Systems – betreibt intensive Forschungs- und Entwicklungsarbeit, um die Infrastruktur von Rechenzentren unter ökonomischen wie ökologischen Gesichtspunkten zu optimieren. Partner vieler Projekte ist die Konzerntochter Power and Air Condition Solution Management GmbH & Co. KG ([PASM](#)).

Im Interesse des Klimaschutzes ist darüber hinaus auch die Energiebeschaffung aus erneuerbaren Quellen wie Wind, Sonne oder Wasserkraft ein wichtiges Thema für den Betrieb eines Rechen-zentrums. Darum nutzen und entwickeln wir intelligente Lösungen für die Nutzung regenerativer Energien.

Projekt „Heat Power Business“.

Gemeinsam mit dem Group Facility Management der Telekom startete PASM im Dezember 2010 das Innovationsprojekt „Heat Power Business“: An Netzknotenpunkten, die von verschiedenen Parteien genutzt werden, betreiben wir zehn Mini-Blockheizkraftwerke mit Kapazitäten zwischen 4,5 und 50 kW. Die Abwärme der Kraftwerke wird zur Gebäudeheizung verwendet. Der Gesamtnutzungsgrad der eingesetzten Primärenergie liegt daher bei über 80 Prozent.

Im Verlauf des Jahres 2011 bestätigte sich – wie zuvor in einer Machbarkeitsstudie dargelegt –, dass sich die Anlagen effizient und umweltfreundlich betreiben lassen. Nach einer Anlaufphase erzeugten die dezentralen Mini-Blockheizkraftwerke bis Jahresende circa 1 300 MWh Strom sowie rund 2 000 MWh Heizwärme. Die CO₂-Reduzierung durch den Einsatz der zehn Mini-Blockheizkraftwerke betrug 2011 circa 310 Tonnen. Nachdem im ersten Quartal 2011 vielfältige Anpassungen der Messgrößen erfolgt waren, bestätigte das Monitoring von Laufzeiten, Energieerzeugung, Wirkungsgraden und Taktfrequenzen die zuvor angestellten Wirtschaftlichkeitsberechnungen.

Zusätzliche Einsparpotenziale konnten durch die Reduzierung der Bereitschaftszeiten der vorhandenen großen Wärmезentralen erzielt werden. Durch die neuen kleinen Blockheizkraftwerke kann nun im Sommer und in der Übergangszeit der Wärmebedarf bedarfsgerecht und effizient bereitgestellt werden und dadurch der Gesamtwirkungsgrad verbessert werden. Alleine in der Wärmезentrale in Regensburg wurde dadurch die einem Brennwert von 120 MWh entsprechende Gasmenge eingespart.

Im Rahmen des Projekts wollen wir 2012 alle von mehreren Mobilfunk-Anbietern genutzten Netzknoten [\[1\]](#) im Hinblick auf die [Blockheizkraftwerk-Technik analysieren](#).

Die Entwicklung und Umsetzung energieeffizienter Klimatechnik für Rechenzentren ist ein zentrales Element des Produktportfolios der [PASM \(Power and Air Condition Solution Management GmbH & Co. KG\)](#). PASM, ein Unternehmen der Telekom, produziert und vermarktet energiebasierte Komplettlösungen für technische Systeme von Großkunden – vor allem aus der Informations- und Telekommunikationsbranche. Die PASM sieht ihren Auftrag in der ständigen Verbesserung der Energieeffizienz sogenannter Verfügbarkeitsprodukte, bestehend aus unterbrechungsfreier elektrischer Spannung und der Klimatisierung von Netzknoten [\[1\]](#).

PASM stellt ihre energiebasierten Produkte auf Anforderung von Telekom Deutschland und T-Systems Deutschland für das Festnetz sowie für Rechenzentren bereit. Außerdem beliefert sie rund 20 000 Basisstation-Steuereinrichtungen und Mobilfunk-Vermittlungsstellen des Mobilfunknetzes der Telekom Deutschland.

Kooperation mit der STRABAG zur Kennzahlenprüfung.

In Abstimmung mit unserem Group Facility Management definierte PASM zwischen August und November 2011 verschiedene Kennzahlen, mit denen wir den Stromverbrauch an von mehreren Parteien genutzten Objekten in Relation zur belegten Bürofläche messen. Diese haben wir 2011 gemeinsam mit Experten der STRABAG Property and Facility Services an Testobjekten geprüft. Nach der Auswertung der Tests wollen wir 2012 Strategien zur Einführung von Energiemanagementsystemen entwickeln.

Energieeffizienz bedeutet Klimaschutz. Die Verbesserung der Effizienz ihrer rund 8 000 Netzknoten ⁱ und Rechenzentren in Deutschland überwacht die PASM mithilfe von Effizienz-kennwerten. Hierzu beauftragte die PASM die Property and Facility Services (PFS) des Baukonzerns STRABAG in ihrem TOP-100-Programm mit Vor-Ort-Analysen ihrer Produktions-anlagen. In dem Programm werden jedes Jahr die 100 energetisch ineffizientesten Gebäude unseres Bestands ermittelt und geprüft. Die Fachingenieure der STRABAG PFS analysieren hierzu Energieeffizienzpotenziale und entwickeln Lösungen, wie diese am besten genutzt werden können. Durch den Austausch ineffizienter Ventilatoren, den Einbau innovativer Regler oder die Anpassung der Anlagen an den jeweiligen Bedarf konnte die PASM die Energieeffizienz in den letzten Jahren deutlich erhöhen. Die zu ihrer Messung genutzte PUE-Kennzahl konnte für das Festnetz der Telekom Deutschland (ohne Rechenzentren) von über 1,75 im Jahr 2005 auf 1,53 im Jahr 2009 verbessert werden. Dies entspricht einer Verringerung der Treibhausgasemissionen um circa 92 000 Tonnen CO₂-Äquivalente pro Jahr.

Projekt „DESI - Durchgängige energiesensible IKT“.

Seit Mitte Dezember 2011 testet PASM gemeinsam mit den Telekom Innovation Laboratories (T-Labs ⁱ) und der Telekom Deutschland Lösungen für intelligente Energieversorgungssysteme („Smart Energies“) der Zukunft. Ziel des Projekts ist es, lastadaptive Steuerungen zu entwickeln und Konzepte für die Erzeugung und Speicherung von Energie zu pilotieren. Diese sind eine wichtige Voraussetzung für intelligente Stromnetze („Smart Grids“).

Auf den Prüfstand stellen wir hierfür Möglichkeiten zum Management von Lastspitzen und zur Einkaufsoptimierung. Erste Erfahrungen sammelten wir im Berichtszeitraum bei der Nutzung alter Systeme für die Back-up-Versorgung als Zwischenspeicher für überschüssige Solar-energie. Diese wurden bisher konstant geladen, aber fast nie genutzt, um Energie ins Netz zurückzuleiten. Im Rahmen des Smart-Grid-Projekts in der T-City Friedrichshafen gelang hingegen zumindest teilweise eine lastadaptive Steuerung: Die Batterien wurden nicht nur als Back-up für Stromausfälle bereitgehalten, sondern auch genutzt, um die Technik zu betreiben. Geladen wurden sie während der Phasen mit besonders großem Stromangebot. Zu Zeiten von Stromknappheit im öffentlichen Stromnetz werden die Batterien nun wieder entladen und so Kosten reduziert und die Netzstabilität unterstützt. Die Pufferung von Energie und die damit erhöhte Netzstabilität ist ein wichtiger Beitrag der Telekom zur Etablierung der erneuerbaren Energie, denn die Speicherung von Energie ist eine essenzielle Voraussetzung, um die stark schwankungsanfällige Solar- und Windenergie nutzen zu können. Zusätzliche Ausrüstungen wie Notstromversorgungsanlagen, Kältemaschinen und Lithium-Ionen-Batterien werden 2012 in die Systeme einbezogen, analysiert und in der Praxis getestet, um weitere Effekte bei Kosten und Verfügbarkeit zu erreichen. Dazu wird eine selbstoptimierende Software der T-Labs ⁱ zum Einsatz kommen.

Lösungen für die Realisierung von Smart Grids – intelligenten Stromnetzen – zu entwickeln, gehört seit einigen Jahren zu den großen Technologievisionen. Im Projekt „DESI – Durchgängige energiesensible IKT“, das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Rahmen des Förderschwerpunkts IT2Green gefördert wird, arbeitet PASM mit den Telekom Innovation Laboratories (T-Labs) und der Telekom Deutschland an einem entsprechenden übergreifenden, die gesamte ICT-Lieferkette integrierenden Lösungsansatz. Das Projekt wurde von den T-Labs  und der Telekom Deutschland initiiert und ist für den Zeitraum von 2011 bis 2013 angesetzt.

Konkret richtet sich der Lösungsansatz DESI auf drei Kernbereiche:

- Herstellung der Anschlussfähigkeit der ICT-Komponenten an Smart Grids
- Integration von ICT-Komponenten in die gesamte Energielieferstrecke
- Steuerung einer variablen Energieversorgung der ICT-Netze

Im Projekt DESI wird weiterhin untersucht, wie die Energieversorgung des ICT-Netzes über die Steuerung von Energiespeichern die Kernanforderungen des Smart Grid wie Lastverschiebung und Versorgungsstabilisierung erfüllen kann. Die hierfür angestrebte Lösung kann als erste Entwicklungsstufe einer Smart-Grid-Leitwarte verstanden werden.

Erste Smart-Grid-Lösungen sind in der T-City Friedrichshafen im Einsatz.

Projekt „LOLA“ für lastadaptive Netze.

Lastadaptive, lernfähige Netzsteuerungen bieten Einsparpotenziale von rund 30 Prozent bei Energieverbrauch und CO₂-Emissionen. Dies gilt neben der Netzinfrastruktur auch für die ICT-Produkte beim Kunden, wie wir im Berichtszeitraum in Laborversuchen nachweisen konnten.

Viele heutige ICT-Geräte und Anlagen benötigen unabhängig von der tatsächlichen Nutzung oder Auslastung immer dieselbe elektrische Leistung, solange sie eingeschaltet sind. Im Rahmen des Projekts „LOLA“ (Load-adaptive Networks & LANs) werden sowohl für den Bereich des Betreibernetzes als auch im Heimnetz des Kunden Anwendungsfälle identifiziert und untersucht, in denen der Energieverbrauch der tatsächlichen Nutzung beziehungsweise Auslastung der Geräte angepasst werden kann. Beispielsweise können in Firmennetzen unserer Geschäftskunden durch geeignete Funktionen bis zu 30 Prozent des Energieverbrauchs eingespart werden. Entsprechende Produkte wurden in Zusammenarbeit mit dem Geschäftskundenvertrieb der Telekom Deutschland und der T-Systems pilotiert und wurden auf der CeBit 2012 angeboten.

Weitere Ergebnisse im Bereich der Betreibernetze zeigen, dass auch dort Energieeinsparungen bis zu 30 Prozent – dies entspricht ca. 30 GWh pro Jahr – möglich sind. Die Weiterentwicklung und Pilotierung des Projekts treiben wir im Jahr 2012 weiter voran.

Seit 2010 arbeiten wir gemeinsam mit internationalen Systemtechnikherstellern an der technischen Realisierung und der internationalen Standardisierung der lastadaptiven Systeme, um so allgemeinverfügbare, energieeffiziente Weltmarktprodukte zu erhalten.

Im Rahmen der International Telecommunication Union (ITU) beteiligte sich die Telekom 2011 maßgeblich an der Weiterentwicklung der Standardisierung des Low Power Mode (L2 Mode).

Anders als herkömmliche Anlagen mit einem über den Tagesverlauf annähernd gleichbleibenden Energieverbrauch passen lastanpassungsfähige ICT-Netze ihren Energiebedarf an die tatsächliche, stark schwankende Nutzung an. So können zum Beispiel in verkehrsschwachen Zeiten während der Nacht- und Morgenstunden Teile der Produktionsanlagen ganz beziehungsweise schrittweise oder stufenlos

heruntergefahren werden. Auf diese Weise lässt sich der Energieverbrauch entscheidend senken. Im Rahmen des LOLA-Projekts wird untersucht, wie dieses Ziel durch lernfähige Steuerungen im Netz und bei den Endgeräten erreicht werden kann. Schwerpunkte des Projekts sind zunächst Kundennetze und das Zugangsnetz. Längerfristig ist eine intelligente übergreifende Steuerung über die komplette Netzarchitektur angestrebt. Erste Modellanalysen und Labormessungen lassen ein Gesamtpotenzial von rund 30 Prozent Energie- und CO₂-Einsparungen erwarten. Ziel ist auch, die internationale Standardisierung voranzutreiben. Das Projekt hat eine Laufzeit von Oktober 2010 bis Dezember 2012. Im Bereich Firmennetze und Breitbandzugangsnetze konnten bereits Ergebnisse erzielt werden.

„ComGreen“: Lastadaptive Optimierung von Funkzugangsnetzen.

Der Energieverbrauch in den Funkzugangsnetzen steigt stetig an. Dies liegt zum einen am Netzausbau und zum anderen an den steigenden Kapazitätsanforderungen mobiler Nutzer. Die Telekom betreibt in Deutschland mehrere 10 000 Basisstationen und Wi-Fi HotSpots. In der Summe verbrauchen diese jährlich Energiemengen im dreistelligen Gigawattstunden-Bereich. Bisher werden diese Netze unabhängig von deren Auslastung betrieben. In Zeiten geringer Last wird also fast genauso viel Energie verbraucht wie in Zeiten mit hoher Last.

Ziel des Projekts ComGreen ist eine kontextbasierte Netzanpassung, um jeden Nutzer von Telekommunikationsnetzen an jedem Ort mit der tatsächlich benötigten statt wie bisher mit der maximalen Übertragungskapazität zu versorgen. Um dies zu erreichen, wird im Projekt eine Architektur für die selbstorganisierte und kontextbasierte Adaption (Abstimmung) der Netzparameter entwickelt, damit Netzressourcen lastabhängig zu- und abgeschaltet werden können.

Erste Ergebnisse aus dem Projekt zeigen, dass eine lastadaptive, lernfähige Netzsteuerung im Zugangsbereich bei Energieverbrauch und CO₂-Emissionen Einsparpotenziale von rund 30 Prozent bietet. Als weitere Schritte sollen in dem Projekt Entwürfe entwickelt und in internationale Standardisierungsgremien eingebracht werden, um die erarbeiteten Konzepte und Mechanismen mittelfristig über die Hersteller in die operativen Netzknoten integrieren zu können.

PASM im Clean Power Net.

PASM engagierte sich im Berichtszeitraum weiterhin im Kompetenznetzwerk Clean Power Net und wirkt dort auch 2012 intensiv an der Erstellung von Anforderungs- und Pflichtenheften mit.

Eine neue Technologie zur Marktreife zu bringen, erfordert oft gemeinsame Anstrengungen vieler Akteure aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft. Als Mitgründer und Partner des deutschen Kompetenznetzwerks Clean Power Net treibt die Konzerngesellschaft PASM die Entwicklung von marktfähigen Brennstoffzellen voran. Die Initiative Clean Power Net wurde im Oktober 2010 von der bayerischen Staatsregierung in Zusammenarbeit mit der NOW (Nationale Organisation für Brennstoffzellen und Wasserstoffwirtschaft) sowie Anwendern und Herstellern von Brennstoffzellen gegründet.

Nationales Programm für Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie.

Auf dem Gelände der Hannover-Messe plante PASM für 2011 die Errichtung einer energieautarken Mobilfunk-Basisstation im Rahmen des Nationalen Innovationsprogramms Wasserstoff und Brennstoffzellentechnologie der Bundesregierung. Das Projekt konnte nicht realisiert werden, weil sich die Genehmigung stark verzögerte und ein Projektpartner sich ganz daraus zurückzog.

Im Festnetz-Bereich betreiben wir unterdessen bereits fünf Brennstoffzellensysteme. Diese werden im Zuge des Nationalen Innovationsprojekts weiter auf ihre Tauglichkeit hin getestet. Besonderes Augenmerk legen wir dabei neben dem Einsatz als Back-up-System auf die zusätzliche Nutzung der Systeme für das Spitzenlastmanagement und ihre Einbindung in ein virtuelles Regelkraftwerk.

Energieeffiziente Systeme zur Kaltgangeinhausung.

Erstmals verwenden wir seit Juli 2011 für die All-IP-Plattform der Telekom in Deutschland das besonders energieeffiziente System der Kaltgangeinhausung. Dieses Verfahren verhindert die Vermischung von kühler Zuluft und warmer Abluft in Rechenzentren und Netzknoten ⁱ. Die kalte Luft wird direkt für die Kühlung der Technik benutzt. Planer der Telekom Deutschland, der PASM und des Baukonzerns STRABAG brachten bei dem Projekt ihre Erfahrungen ein. Ausgewertet werden außerdem die Ergebnisse des Projekts „DataCenter 2020“ im Hinblick auf Luftmengenregelung, Luftzuführung und Absaugung. Im Kaltgang wurden aufgrund der Ergebnisse Temperaturfühler montiert.

An zwei Hamburger Pilotstandorten integrierten wir zwischen Juni 2011 und Juli 2011 das System erfolgreich in die bestehende Infrastruktur. Diese Lösung werden wir bei zukünftigen Planungen unserer IP-Plattform übernehmen.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Projekte „DESI“ (Durchgängige energiesensible IKT) und „LOLA“ (Load-adaptive Networks und LANs)	Umsetzung läuft. • Senkung des Energieverbrauchs der ICT-Produktion über die gesamte Lieferstrecke • Laborversuche zur lastadaptiven Steuerung waren erfolgreich. Das Zusammenspiel von lastadaptiven ICT-Netzen und dem Energienetz wird am T-City-Standort in Friedrichshafen getestet und geprobt.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Umweltfreundliche Rechenzentren.

Energieeffizienz ist der wichtigste Hebel, um die CO₂-Bilanz von Rechenzentren wirksam zu verbessern. Die Telekom verfolgt für die Steigerung der Energieeffizienz ihrer Rechenzentren einen integrierten Ansatz, der alle Aspekte umfasst: von der Kühlung über die Energieversorgung bis zur optimierten Auslastung der Hardware-Kapazitäten.

Video: DataCenter 2020

(Animation aus unserer CR-App [„We care“](#))



„DataCenter 2020“.

Gemeinsam mit Intel betreiben wir seit September 2009 das Testrechenzentrum [DataCenter 2020](#).

Das DataCenter 2020 arbeitet nach dem Open-Source-Prinzip. Die Ergebnisse der gemeinsamen Arbeit werden veröffentlicht und können von jedem Interessierten genutzt werden. Im Berichtszeitraum wurden rund 200 Veranstaltungen mit jeweils rund zehn Teilnehmern durchgeführt, um die Möglichkeiten der energetischen Optimierung von Rechenzentren vorzustellen und zu diskutieren.

In einer ersten Projektphase zwischen 2008 und 2010 reduzierten die Forscher den Energieverbrauch durch relativ unaufwendige Lösungen. Sie optimierten die Luftführung, indem sie Leckagen im Doppelboden schlossen und die Kaltluftbereiche (Kaltluft einhausung) gegenüber der Warmluft isolierten. So konnten die Lüfterdrehzahl der Umluftkühlgeräte auf 30 Prozent und der entsprechende Energieverbrauch der Lüfter auf 10 Prozent reduziert werden. Außerdem erhöhten Wissenschaftler die Temperatur im System und steigerten die Differenz zwischen Rückluft- und Einblastemperatur. Weiterhin wurde die Wasservorlauftemperatur der Kältemaschine angehoben. So kann die Umluftkühlung wesentlich effizienter arbeiten. Die Laufzeiten der Kältemaschine werden reduziert.

Voraussetzung für den sicheren Betrieb ist eine unterbrechungsfreie Stromversorgung. Die Untersuchungen zeigten, dass diese dank der Maßnahmen zur Trennung von Kalt- und Warmluft nur in geringerem Umfang nötig ist als bisher üblich. Messungen im Jahr 2011 belegten, dass die Energiedichte – die elektrische Leistung pro Baugruppe beziehungsweise „Rack“ – um das Dreifache von 5,5 kW auf bis zu 17,5 kW gesteigert werden kann. Die Verfügbarkeit und Ausfallsicherheit der Rechner konnten trotz dieser Leistungssteigerung in gleichem Umfang wie zuvor gewährleistet werden. Die Forscher erreichten durch die Optimierungen einen PUE (Power Usage Effectiveness)-Wert von 1,23.

2012 haben weitere Tests begonnen. Dabei zeigte sich, dass auch höhere Energiedichten über 20 kW pro Baugruppe beherrschbar sind. Zusätzlich wird die Warmgangeinhausung untersucht. Mit der parallel erprobten

Steuerung der IT-Last und der dafür benötigten Energiedichte rücken außerdem weitere Optimierungsmöglichkeiten auf der Ebene ganzer Rechenzentren in den Blick der Forscher.

Im Rahmen der Kooperation mit Intel betreibt T-System das DataCenter 2020 im Münchener Euro-Industriepark. Erprobt werden dort Lösungen, um Rechenzentren auch zugunsten von Umwelt und Klima effizienter und wirtschaftlicher zu betreiben. Die Technologiepartner wollen auf diesem Weg zukunftsweisende Geschäftsmodelle entwickeln und für Anwender und Kunden kostensparende neue ICT-Lösungen erforschen.

Ein Teilziel der Projektpartner ist die Erreichung eines PUE-Werts von 1,3. Der PUE (Power Usage Effectiveness)-Wert ist die zentrale Kennzahl für die Energieeffizienz von Rechenzentren. Er stellt die gesamte für den Betrieb eines Rechenzentrums verbrauchte Energie der Energieaufnahme der Rechner gegenüber.

Der durchschnittliche PUE-Wert in Rechenzentren von T-Systems International beziehungsweise von der PASM beträgt 1,75. Das heißt, dass für jedes Kilowatt Strom, das die Server benötigen, 1,75 kW in das Rechenzentrum eingespeist werden müssen. Die Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, den Wert in neu errichteten Rechenzentren im Bereich Festnetz bis 2020 auf 1,4 und in Bestandsrechenzentren auf 1,6 zu senken. Im Modellrechenzentrum DataCenter 2020 konnte 2011 bereits ein PUE-Wert von 1,23 erzielt werden.

Bei der Suche nach Merkmalen für ein energetisch optimal aufgebautes und betriebenes Rechenzentrum fanden die Experten eine Reihe überraschend einfacher Lösungen. So lässt sich der PUE-Wert beispielsweise durch eine strikte Trennung von Warm- und Kaltluft deutlich verbessern. Außerdem wurde festgestellt, dass die übliche Kühlung der Raumluft auf 22°C unnötig ist. Eine Erwärmung auf 27°C wirkt sich nicht negativ auf die Rechenleistung aus. Wichtige Einflussfaktoren sind hingegen die Standortwahl, die Art der Energieversorgung und die Distanz zu den Kunden, die die Rechenleistung in Anspruch nehmen. T-Systems plant, die Ergebnisse künftig beim Umbau und Neubau von Rechenzentren zu berücksichtigen.

Projekt „Datacenter Optimierung“.

Zur Optimierung der Infrastruktur unserer Rechenzentren in Deutschland starteten wir im August 2011 in Zusammenarbeit mit der PASM das Projekt „Datacenter Optimierung“. Die Projektlaufzeit endet voraussichtlich Ende 2012. Zunächst wird eine Analyse der geplanten Einspareffekte erarbeitet. Im zweiten Schritt wird die technische Umsetzbarkeit an drei Pilotstandorten evaluiert.

Das Projekt Datacenter Optimierung umfasst circa 16 Maßnahmen je Rechenzentrum zur Reduktion der Energiekosten und erstreckt sich auf 15 Rechenzentren.

Konsolidierung der Rechenzentren bei T-HT Hrvatski Telekom.

2011 führte T-HT Hrvatski Telekom im Rahmen des Projekts „Datacenter-Konsolidierung“ eine umfassende Migration (Übertragung) der Anwendungen und Daten in neue, einheitliche Rechenzentren durch. So wurden die Prozesse der ehemaligen T-Mobile-Rechenzentren in Zagreb in das 2001 in Betrieb genommene Rechenzentrum der T-HT Hrvatski Telekom integriert und zwei ältere Standorte geschlossen.

Außerdem richtete die kroatische Landesgesellschaft ein neues Next-Generation-Rechenzentrum ein, das auf den Technologieprinzipien des „Dynamic Data Center“ und des „Cloud Computing“^[1] basiert. Schließlich wurden auch die auf UNIX- und x86-Betriebssystemen basierende Serverinfrastruktur und die Local Area beziehungsweise Storage Area Networks (LAN/SAN) konsolidiert.

Die neue, flexible Infrastruktur ermöglicht durch die Zuweisung von Ressourcen an bestimmte Subsysteme, zum Beispiel Oracle, eine dynamische Ressourcenverteilung und entsprechende Energieeinsparung. Die Migration

der Anwendungen und Daten sowie die Konsolidierung aller Systeme zu gemeinsamen Plattformen konnte im Übrigen durchgeführt werden, ohne zu technischen Einschränkungen im Betrieb der Systeme zu führen.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Verbesserung des Klimamanagements in Gebäuden und Rechenzentren	Umsetzung läuft. • Group Facility Management: Climate Change Group bestimmt konkrete neue Reduktionsziele für Immobiliensektor • PASM: 3 000 Installationen für Airconditioning mit neuer Steuerungssoftware mit Einsparpotenzial von 27 GWh pro Jahr (2009 bis 2014)
Task-Force-Projekt „TEMPO“	Umsetzung läuft. • Analyse und Optimierung der Betriebstemperaturen für die ICT-Technik • Datenaufzeichnung über einen Zeitraum von zwölf Monaten steht vor dem Abschluss. Im Anschluss erfolgt die Auswertung dazu. • Die flächendeckende Umsetzung des ETS-300-Klimamodells verläuft planmäßig.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Kunden.



Was tut die Telekom, um den Lebenszyklus von Handys zu verlängern?

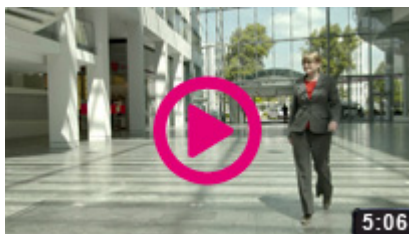
[Mehr erfahren](#)

Kunden.

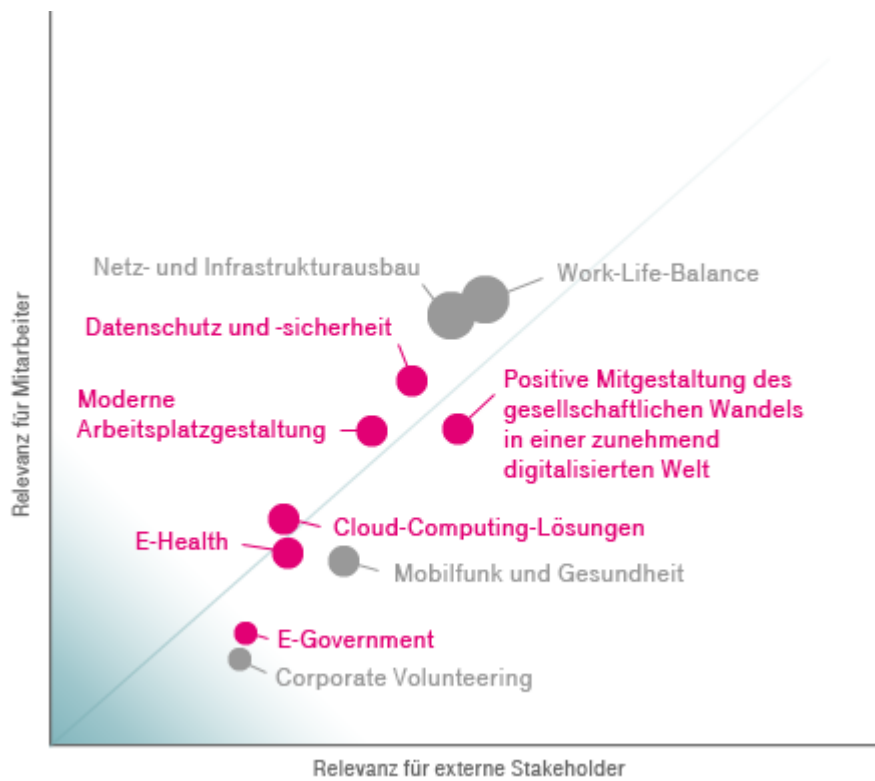
Mit innovativen umwelt- und klimafreundlichen ICT-Lösungen wollen wir den Wandel hin zu einer digitalen Gesellschaft positiv mitgestalten. Mit dem Ziel, Marktführer im Bereich „Vernetztes Leben und Arbeiten“ zu werden, stellen wir eine langfristige Kundenbeziehung konsequent in den Mittelpunkt unserer Arbeit. Wir bieten unseren Kunden attraktive Produkte und Dienste, die ihren Bedürfnissen entsprechen und ihnen einen nachhaltigen, ressourcenschonenden Konsum ermöglichen. Einen wichtigen Fortschritt stellt dabei unser seit 2011 verfügbares Angebot des Cloud Computing [i](#) für Privatkunden dar. Durch verschiedene Handy-Rücknahme-Aktionen konnten wir im Vergleich zum Vorjahr die Anzahl der zurückgenommenen Altgeräte noch einmal steigern.

Kommunikationsteilnehmer haben ein Anrecht auf sichere Daten.

Wie stellt die Telekom sicher, dass Daten nicht missbraucht werden? Und wie steuert und kontrolliert sie den verantwortungsvollen Umgang mit Daten?



Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“



Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“



Handlungsfeld „Klimaschutz“



Die Matrizen bilden die Ergebnisse unserer 2012 durchgeführten Stakeholder-Befragung ab. Mit der Befragung ermitteln wir die Relevanz, die unsere internen und externen Anspruchsgruppen den verschiedenen Themen unserer CR-Handlungsfelder beimessen. Weitere Informationen zur Stakeholder-Befragung finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign.

Die Veränderung des privaten Konsumverhaltens ist eine wichtige Voraussetzung für die nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft: Nach Angaben des Umweltbundesamts sind beispielsweise in Deutschland die Privathaushalte für rund 40 Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Bewusste Konsumententscheidungen können somit maßgeblich zum Schutz von Klima und Umwelt beitragen.

Die Telekom sieht sich in der Verantwortung, einen klima- und umweltverträglichen Konsum durch ein möglichst nachhaltiges Produktportfolio zu erleichtern. Unvermeidbare CO₂-Emissionen gleichen wir zunehmend durch [Klimaneutralstellungen](#) aus.

Programm „Nachhaltiges Produktportfolio“.

Der systematische Auf- und Ausbau unseres Angebots an nachhaltigen Produkten und Diensten ist ein entscheidender Schritt hin zu unserem Ziel, bis zum Jahr 2015 eine [CR-Vorreiterrolle](#) einzunehmen. Im Jahr 2010 haben wir daher das bis 2012 angelegte Programm „Nachhaltiges Produktportfolio“ angestoßen. Wir wollen unseren Kunden mit attraktiven, ethisch und ökologisch hochwertigen Produkten einen nachhaltigen Lebensstil ermöglichen. Zugleich wollen wir die [Kundenzufriedenheit](#) erhöhen und die gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen unserer Produkte minimieren.

Im Berichtszeitraum führten wir eine umfangreiche Kundenbefragung zum Thema Wahrnehmung der Nachhaltigkeitsaspekte der Angebote der Telekom durch. Parallel dazu werteten wir Verbrauchertests aus. Die Ergebnisse sollen in die Produktentwicklung einfließen.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Im Rahmen des Programms „Nachhaltiges Produktportfolio“ arbeitet der [CR-Bereich](#) mit Abteilungen wie Product & Innovation, Vertrieb und Einkauf zusammen. Dem Programm kommt eine Schlüsselrolle bei der Realisierung unseres CR-Anspruchs „[Führend sein](#)“ zu, da es Nachhaltigkeit in die unternehmerischen Kernprozesse integriert.

Bis Ende 2012 wollen wir im Rahmen des Programms folgende Ergebnisse erreichen:

- Definition der Nachhaltigkeitseigenschaften von Produkten
- Verankerung von Nachhaltigkeit in produktrelevanten Kernprozessen und Zielen
- Vorbereitung der Mitarbeiter auf entsprechende Neuerungen
- Implementierung eines Bewertungsprozesses
- Etablierung eines CR Key Performance Indikators (KPI) „[Nachhaltige Produkte](#)“
- Verbesserung der Kundenkommunikation zum Thema Nachhaltigkeit

Damit verbunden ist das strategische Ziel, den Vertrauensaspekt der Marke zu stärken, um die Deutsche Telekom für ihre Kunden als nachhaltiges Unternehmen erlebbar zu machen. So können wir uns vom Wettbewerb abheben und uns als Premiummarke positionieren.

Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign.

In Übereinstimmung mit der Konzernstrategie gelten für die Produktentwicklung bei der Telekom seit Ende 2009 die verbindlichen „Design Principles der Deutschen Telekom“. Das erste Prinzip „Handle verantwortungsvoll. Denke global.“ wurde aus der CR-Strategie abgeleitet. 2011 wurde die auf den Design Principles basierende „Sustainability Guideline for Product Design“ der Telekom vom Öko-Institut begutachtet.

CR-Bericht des Vorjahres

Die „Design Principles der Deutschen Telekom“ bilden das inhaltliche Fundament für den sogenannten „Experience Style Guide“ und die „Sustainability Guideline for Product Design“ der Telekom. Die im Experience Style Guide festgelegten Gestaltungsrichtlinien gelten verbindlich für die gesamte Produktentwicklung. Sie sollen ein konsistentes Nutzungserlebnis von Hard- und Software-Angeboten der Telekom gewährleisten und stehen im Einklang mit der Nachhaltigkeitsstrategie der Deutschen Telekom.

Auf einen Blick: Design Principles der Deutschen Telekom.

1. Handle verantwortungsvoll. Denke global.
2. Analysiere und kreiere ein Bild der Zukunft. Gestalte ihm entgegen.
3. Schaffe Momente, die verbinden.
4. Unterstütze durch den Tag.
5. Starte mit der Emotion.
6. Fokussiere auf den Kernnutzen.
7. Interpretiere Gelerntes neu.
8. Gestalte stimmig.
9. Gestalte mit Leidenschaft und Liebe zum Detail.
10. Erzeuge Verlangen im ersten Moment.

Richtlinie für Endgeräteverpackungen überarbeitet.

2011 haben wir zudem unsere deutschlandweit gültige Richtlinie für Endgeräteverpackungen überarbeitet und Nachhaltigkeitsaspekte darin verankert. Die Verpackungsgröße soll demnach auf ein Minimum reduziert und ausschließlich umweltfreundliches Material verwendet werden. Einschließlich der Kunststoffe müssen alle verwendeten Materialien voll recyclingfähig sein. Papier und Kartonagen sollen zudem den Anforderungen des Forest Stewardship Council® entsprechen und chlorfrei gebleicht sowie Druckfarben auf Basis pflanzlicher Öle hergestellt sein.

Nachhaltige Produktentwicklung in der Großkundensparte.

Um den gestiegenen Anforderungen ihrer Kunden im Bereich nachhaltige Produktentwicklung Rechnung zu tragen, hat T-Systems, die Großkundensparte der Telekom, Anfang 2010 fünf neue strategische Leitthemen festgelegt. Diese sogenannten Core Beliefs wurden aus wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Megatrends abgeleitet.

Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung fest integriert.

Eines der Leitthemen heißt: „Sustainability & Corporate Responsibility“. Mit ihm trägt T-Systems zur Umsetzung der CR-Strategie des Telekom Konzerns bei. Das Unternehmen unterstützt seine Kunden dabei, natürliche Ressourcen zu schonen und zugleich Kosten zu reduzieren – beispielsweise durch die Umstellung von

Papierpost auf E-Mails. T-Systems bietet diesem Leitthema entsprechend auch für das Gesundheitswesen eine Reihe innovativer ICT-Lösungen an.

Kundenforum „Telekom Expertenkreis 50+“.

Mit kritischem Blick bewertet der „Telekom Expertenkreis 50+“ seit November 2011 Produkte, die wir für die Zielgruppe der über 50-Jährigen entwickelt haben. Außerdem hilft es uns, den Service für ältere Menschen zu verbessern.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Entwicklung kundenrelevanter Nachhaltigkeitskriterien sowie Kennzahlen für den Ausbau und das Controlling des Portfolios nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen	Umsetzung läuft. • Kriterien und Indikatoren mit externen und internen Stakeholdern entwickelt • Regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche • Implementierung der Kriterien und Indikatoren in produkt- und vertriebsrelevante Prozesse • Verankerung eines produktbezogenen Nachhaltigkeitscontrollings • Entwicklung einer Kunden-Guidance • Internationalisierung • Erhebungsinstrument zur Wahrnehmung von Nachhaltigkeitskriterien bei unseren Kunden entwickelt und erprobt. Nachhaltigkeits-Performance und Kundenwahrnehmung bilden zusammen ein Managementsystem.
Entwicklung und Umsetzung einer Strategie für den Bereich Products & Innovation zur Verankerung von CR im Produktentwicklungszyklus sowie Innovationsprozess	Ziel erreicht. • Die Design Principles sind veröffentlicht und gelten als Grundlage für die Produktentwicklung, es wurde überprüft, dass sie mit den Nachhaltigkeitskriterien im Einklang stehen.
Klimaneutrale Produkte und Dienste	Ziel erreicht. • Der Prozess zur Klimaneutralstellung von Produkten und Diensten wurde in die internen Prozesse integriert, sodass die Zertifikate nun über den internen Einkauf bestellt werden können. • Für das Jahr 2012 wurden bereits Zertifikate für die Load-Produkte geordert.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste.

Mit einem wachsenden Angebot an nachhaltigen Produkten und innovativen ICT-Lösungen unterstützen wir Millionen von Privat- und Geschäftskunden effektiv dabei, ihren Energieverbrauch zu senken und CO₂-Emissionen zu vermeiden.

Nachhaltige mobile Online-Dienste im Trend.

Ob Online-Banking, Online-Tickets oder die mobile Kontrolle der privaten Strom- und Heizkosten – Smartphones bieten vielfältige Möglichkeiten, umweltschonend zu konsumieren und die persönliche Nachhaltigkeitsbilanz zu verbessern. Besonders die Generation der unter 30-Jährigen fühlt sich durch diese Dienste angesprochen, wie eine Umfrage von TNS Infratest im Auftrag der Telekom 2011 ergab: 48 Prozent von ihnen begrüßen die Möglichkeit, Tickets online zu kaufen und 44 Prozent würden gerne Strom- und Heizkosten über das Smartphone  kontrollieren. Ebenfalls 44 Prozent wünschen sich, nachhaltige Produktinformationen über den Barcode abrufen zu können. Befragt wurden 2 000 Haushalte mit Internet-Zugang.

Plattform Klimaverträglicher Konsum Deutschland.

Die Deutsche Telekom beteiligt sich seit 2008 am Projekt „Product Carbon Footprint “ (PCF). Um auch jenseits von Konsumverzicht langfristig einen klimaverträglichen Konsum zu fördern, wurde die Online-Plattform des Projekts im Berichtszeitraum zu einer Dialogplattform für klimaverträglichen Konsum und Carbon-Footprinting-Methoden ausgebaut. Als Plattform Klimaverträglicher Konsum Deutschland (PKKD) steht sie branchenübergreifend nationalen wie internationalen Unternehmen und Akteuren offen. Sie bietet umfassende Informationen und Empfehlungen zur Emissionsreduktion entlang der Wertschöpfungskette auf Basis der Erfahrungen der beteiligten Unternehmen. Darüber hinaus bietet sie auch anderen Unternehmen und Akteuren die Möglichkeit, eigene Fortschritte auf diesem Gebiet zu kommunizieren. Bis 2013 soll die PKKD weiterentwickelt werden. Außerdem werden regelmäßig Workshops und Dialogforen zu Fokusthemen wie beispielsweise dem Einsatz von regenerativen Energieträgern im Produktionsprozess und deren Bilanzierung im PCF angeboten. Ziel ist es, Impulse für die gesamtgesellschaftliche Diskussion zu geben und einen Beitrag zur gemeinsamen und koordinierten Förderung eines klimaverträglichen Konsums zu leisten.

CR-Bericht des Vorjahres

Produkte und Dienstleistungen verursachen über ihren gesamten Lebenszyklus – von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung – CO₂-Emissionen. Diese werden mithilfe eines sogenannten CO₂-Fußabdrucks (Product Carbon Footprint  - PCF) dargestellt. Informationen darüber können unseren Kunden zukünftig eine Orientierungshilfe für nachhaltige Kaufentscheidungen geben.

Projekt PCF: Standards zur CO₂-Berechnung schaffen.

Für die Berechnung produktbezogener CO₂-Fußabdrücke gibt es bisher noch keine allgemein anerkannte Methode. Gemeinsam mit acht anderen Unternehmen beteiligt sich die Deutsche Telekom daher seit 2008 am Projekt „Product Carbon Footprint “, das von der Initiative Thema 1 ins Leben gerufen wurde und in Zusammenarbeit mit dem Öko-Institut e.V., dem World Wide Fund For Nature (WWF) und dem Potsdam-Institut

für Klimafolgenforschung umgesetzt wird. Darüber hinaus engagiert sich die Telekom in weiteren Initiativen für die Entwicklung branchenweiter Standards, wie zum Beispiel in der „Greenhouse Gas (GHG) Protocol Initiative“.

Leitlinie zum Product Carbon Footprint.

2008 hat die Deutsche Telekom begonnen, in Kooperation mit dem Öko-Institut e.V. eine Methodik zum Vorgehen bei PCF-Berechnungen auf Basis internationaler Standards zu erstellen. Dabei werden insbesondere die Standards Ökobilanz ISO 14040/44, Greenhouse Gas Protocol und Richtlinien der International Telecommunication Union (ITU) berücksichtigt. Um die Anwendbarkeit der Richtlinie zu prüfen, berechneten wir 2010 zunächst den CO₂-Fußabdruck des Produkts Call & Surf Comfort und 2011 exemplarisch für Entertain.

Ziel ist es, interne Kompetenz für eine umfassende Nachhaltigkeitsbewertung unseres Produktportfolios aufzubauen. Intern erarbeiten wir zudem ein standardisiertes Vorgehen für die Ausweitung des Emissions-Reportings auf Scope 3.

CO₂-Bilanz der Router verbessert.

Die Telekom Deutschland und die Telekom Innovation Laboratories (T-Labs ^{ti}) arbeiten kontinuierlich daran, die CO₂-Emissionen im gesamten Lebenszyklus der Netzinfrastruktur zu verringern. Dazu gehört auch, Einsparpotenziale in der Infrastruktur beim Kunden zu realisieren. Um beispielsweise den Betrieb der Router ^{ti} energieeffizient und CO₂-arm zu gestalten, arbeiten wir an der Entwicklung eines lastadaptiven Betriebsmodus, des „Load-adaptive Mode“. Die Machbarkeitsprüfungen sollen 2013 abgeschlossen und im Anschluss daran standardisiert werden.

Der lastadaptive Betriebsmodus sorgt dafür, dass die volle Leistungsfähigkeit des Routers nur dann zur Verfügung steht, wenn dieser auch tatsächlich genutzt wird, und erhöht so die Energieeffizienz. Er kann beim Kunden vor Ort, wie auch in der Netzinfrastruktur der Telekom eingesetzt werden. Mit der Entwicklung dieser Innovation tragen wir unserer Selbstverpflichtung zur stufenweisen Senkung des Energieverbrauchs in der Netzinfrastruktur Rechnung, die wir mit der Unterzeichnung des europäischen Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment eingegangen sind.

Energieeffiziente Speedphones.

Die seit Anfang 2012 im Handel erhältlichen Telefone der Speedphone-Serie, die ohne eigene Basisstation direkt mit einem Router ^{ti} kommunizieren, helfen unseren Kunden Energie einzusparen: Neben einer verbesserten Sprachqualität spart der Verzicht auf die Basisstation beispielsweise beim Speedphone 500 mehr als ein Drittel des Stromverbrauchs. Dieser Effekt wird durch die höhere Leistungsfähigkeit von Modellen mit Touchscreen oder WLAN wie dem Speedphone 700 jedoch zum Teil wieder aufgehoben.

Neue Download-Portale in Deutschland und Kroatien.

Seit Juni 2011 ermöglicht der Online-Kiosk PagePlace einer breiten Nutzergruppe das komfortable Lesen von digitalen Büchern, Magazinen und Zeitungen auf Tablets, Smartphones und Computern.

Mit ihrem im Juli 2011 neu eingeführten Dienst Planet9 ermöglicht die kroatische T-HT Hrvatski Telekom ihren Kunden den Kauf von eBooks. Die Bücher können auf PC, eReader oder Smartphone ^{ti} heruntergeladen werden.

Klimaneutrale Download-Portale.

Im März 2011 hat die Telekom mit PagePlace ein weiteres Download-Portal klimaneutral gestellt und damit die Menge der bis Ende des Jahres kompensierten CO₂-Emissionen auf insgesamt 855 Tonnen angehoben.

Berechnungen zufolge werden die Load-Angebote der Telekom – Gamesload, Musicload, Softwareload, Videoload und PagePlace – bis Ende 2012 zusammen voraussichtlich circa 592 Tonnen CO₂ erzeugen. Diese haben wir durch Investitionen in das Klimaschutzprojekt „Biomasse-Energie in Brasilien“ ausgeglichen.

CR-Bericht des Vorjahres

Die Download-Portale der Telekom erzeugen gegenüber dem stationären Handel rund 80 Prozent weniger CO₂-Emissionen. Allerdings entstehen durch ihre Bereitstellung auch neue CO₂-Emissionen. Indem wir unsere Download-Portale schrittweise klimaneutral stellen, ermöglichen wir unseren Kunden, noch umwelt- und klimafreundlicher zu konsumieren. Unter www.gruenerdownload.de stellen wir Informationen zu diesem Thema zur Verfügung.

Papierlose Rechnung: Umweltfreundlich und bequem.

Mehr als 15 Millionen Kundenrechnungen der Telekom in Deutschland werden jeden Monat versandt. Damit lag der Anteil elektronischer versandter Rechnungen erstmalig bei mehr als 50 Prozent. Alternativ rufen Kunden ihre Daten im Kunden-Online-Portal ab. Da bei Neuverträgen die Online-Rechnung Standard ist und Papierrechnungen nur auf Anfrage erstellt werden, erhöht sich die Zahl der Online-Empfänger kontinuierlich.

Papierlose Rechnung auch in Polen.

Seit 2007 bietet die polnische Gesellschaft PTC elektronische Rechnungen für ihre Privatkunden an, seit 2011 auch für Geschäftskunden. Mit Freiminuten und Preisausschreiben mit attraktiven Preisen wirbt sie für ihr elektronisches Abrechnungsverfahren. Innerhalb weniger Monate stieg die Zahl der Nutzer auf mehrere Hunderttausend, im November 2011 überschritt die Anzahl der elektronisch verschickten Abrechnungen die Zehnmillionengrenze. Die Kunden können sich ihre Rechnungen entweder selbst herunterladen oder kostenlos per E-Mail zuschicken lassen.

T-Mobile Netherlands und Slovak Telekom.

Bei T-Mobile Netherlands nutzten Ende Dezember 2011 rund 85 Prozent der Privatkunden die papierlose Abrechnung. Für Festnetz- und Mobilfunk-Kunden der Slovak Telekom ist die papierlose Rechnung seit August 2011 Standard und wird in den meisten Fällen bereits bei Vertragsabschluss automatisch aktiviert. Bis Ende Dezember 2011 nutzten gut 30 Prozent der Kunden die elektronische Abrechnung. Mit verschiedenen Aktivitäten wie einer Posteraktion in den Shops warb das Unternehmen im Berichtszeitraum für das Verfahren.

Außerdem berechnet die Slovak Telekom laufend, wie viele Bäume durch das Nutzen der elektronischen Abrechnung erhalten werden konnten und stellt diese Zahlen online zur Verfügung. Bis Dezember 2011 waren es rein rechnerisch bereits 5 956 Bäume.

Werbeaktionen in Kroatien, Griechenland und Montenegro.

Von den Kunden der T-HT Hrvatski Telekom wird das papierlose Verfahren bislang wenig genutzt. Die kroatische Landesgesellschaft plant, ihnen ab Mitte 2012 für die Nutzung auch Vorteile wie Preisnachlässe oder Service-Angebote anzubieten und erwartet, dass die Zahl der Nutzer dann steigt.

Diesen Weg hat die bulgarische, zur Cosmote-Gruppe gehörende Globul bereits beschritten: Jeder neue Nutzer des papierlosen Abrechnungsverfahrens bekommt in den ersten sechs Monaten einen monatlichen Rabatt von 2

Prozent auf die Grundgebühr. Erstmals eingeführt wurde das papierlose Abrechnungsverfahren im Jahr 2009. 2011 nutzten durchschnittlich 34,4 Prozent der Kunden diesen Service.

Auch die montenegrinische Crnogorski Telekom wirbt für das Online-Abrechnungsverfahren und will ihre Aktivitäten auch 2012 fortführen. Bis Ende 2011 nutzten 13 Prozent der gesamten Kundschaft die Online-Rechnung.

CR-Bericht des Vorjahres

Der Verzicht auf den Ausdruck der Telefonrechnung spart große Mengen an Papier und somit auch Wasser, Energie und weitere Rohstoffe, die zur Herstellung von Papier benötigt werden.

Daneben entfallen auch die Transportwege bei der Zustellung und damit ebenfalls maßgebliche CO₂-Emissionen. Nach einer Studie des Öko-Instituts e.V. wird die Umwelt durch Online-Rechnungen fünfmal weniger belastet als durch Papierrechnungen.

Ökobilanzielle Analyse von Rechnung Online im Vergleich zu Rechnung per Brief

Mehr als vier Millionen Kunden nutzen Mietservice für Endgeräte.

Die Telekom Deutschland bietet ihren Kunden einen Mietservice für Endgeräte an. Nach Ablauf der Mietfrist werden diese fachgerecht aufbereitet oder dem Recycling zugeführt. 2011 wurde dieser Service auf die aktuellen Modelle der Router  und Media Receiver erweitert, seit Anfang 2012 auch auf die neuen Speedphones. Bis Ende 2011 haben sich mehr als vier Millionen Kunden für den Mietservice entschieden.

CR-Bericht des Vorjahres

Der 2009 eingerichtete Mietservice für Endgeräte der Telekom Deutschland trägt zur Vermeidung von elektronischem Abfall bei. So können beispielsweise DSL-Router  oder Media Receiver für einen gewünschten Zeitraum ohne Mindestvertragslaufzeit gemietet werden. Nach Ablauf der Mietdauer werden die Geräte zurückgesendet und stehen nach ihrer Aufbereitung zum Teil als Austauschgeräte wieder zur Verfügung.

Das Endgeräte-Service-Paket trägt dazu bei, dass Geräte beim Kunden nicht mehr über den Hausmüll entsorgt oder womöglich jahrelang in den Kellern aufbewahrt, sondern umgehend wiederverwendet beziehungsweise fachgerecht entsorgt werden. So können dem Rohstoffmarkt wertvolle Rohstoffe zur Verfügung gestellt werden.

De-Mail hilft, bis zu 50 000 Tonnen CO₂ pro Jahr zu sparen.

Eine Studie aus den Jahren 2010 und 2012 belegt, dass der De-Mail-Service für den elektronischen Briefverkehr der Deutschen Telekom gegenüber dem klassischen Briefverkehr ein Einsparpotenzial von bis zu 50 000 Tonnen CO₂ pro Jahr besitzt. In der T-City Friedrichshafen wird De-Mail seit Oktober 2009 getestet. Die deutschlandweite Einführung startete anlässlich der CeBit im März 2012. Seit diesem Zeitpunkt wird die technische Plattform für De-Mail klimaneutral betrieben, verursacht also keine zusätzlichen CO₂-Emissionen.

Die elektronische Kommunikation zwischen Privatpersonen, Unternehmen und Behörden nimmt rasant zu. Für den Datenschutz bedeutet das ein zunehmendes Risiko. Das De-Mail-System der Telekom zur Verschlüsselung elektronischer Daten gewährleistet dagegen höchste Sicherheit und Vertraulichkeit im elektronischen Briefverkehr. Mit der Verabschiedung eines entsprechenden Gesetzes Ende Februar 2011 wurde De-Mail auch rechtsverbindlich der Papierpost gleichgestellt. Die Telekom ermöglicht so nicht nur deutliche Zeit- und

Kosteneinsparungen, sie bietet ihren Kunden auch eine umweltfreundliche Alternative zur Papierpost an.

VideoMeet: Videokonferenzen ohne Investitionshürden.

Videokonferenzen können Geschäftsreisen ersetzen und bergen damit ein erhebliches CO₂-Einsparpotenzial. Mit VideoMeet hat die Telekom im November 2011 die erste plattformübergreifende Videokonferenzlösung präsentiert, in die sich die Teilnehmer über unterschiedliche Dienste und Endgeräte einwählen können. Der Online-Dienst schlägt die Brücke zwischen kostenintensiven Unternehmensanwendungen und Massenmarktdiensten und lässt sich auch mit jedem videofähigen Endgerät wie zum Beispiel einem Smartphone  ohne zusätzlichen Software-Download  nutzen. Auch per Handy oder Festnetz-Telefon kann man sich in die Konferenzen einwählen. Der in Kooperation mit dem kalifornischen Start-up „Blue Jeans Network“ entwickelte Service erfüllt hohe Sicherheitsstandards. Er wird zunächst in Deutschland, Österreich und Großbritannien und anschließend europaweit vermarktet.

Die bei der Nutzung der klassischen Videokonferenzdienste der Telekom entstehenden CO₂-Emissionen werden seit 2009 CO₂-neutral gestellt. Vom 1. Januar bis 31. Dezember 2011 wurden auf diese Weise 970 Tonnen CO₂ kompensiert.

CR-Bericht des Vorjahres

Bereits heute ersetzen Videokonferenzen etwa jede zehnte Reise, so eine Studie des IDC, eines der führenden Anbieter von Marktinformationen für die ICT-Branche. Weitere 28 Millionen Tonnen CO₂ könnten nach Schätzungen des World Wide Fund For Nature (WWF) vermieden werden, würde jedes vierte Geschäftstreffen im virtuellen Konferenzraum stattfinden.

Klimaneutrale Konferenzsysteme.

Die Telekom bietet ihren Kunden seit mehreren Jahren die Möglichkeit, mithilfe von Telefon-, Web- und Videokonferenztechnologien Kosten und CO₂-Emissionen einzusparen. Alle Konferenzen lassen sich bequem über das Konferenzportal im Internet buchen und steuern. Unsere Kunden können im Internet anhand eines Vorteilsrechners das jeweilige CO₂-Reduktionspotenzial errechnen.

Fortschreitender Ausbau von TelePresence.

Im Jahr 2011 haben wir den Ausbau unseres 2010 gestarteten Videokonferenzsystems TelePresence weiter vorangetrieben. Mit 20 neuen Systemen steht der Dienst mittlerweile an mehr als 75 Standorten in Deutschland zur Verfügung, von denen rund ein Drittel öffentlich buchbar ist – beispielsweise in Hotels und Tagungszentren. Im Berichtszeitraum führten wir für den Dienst ein elektronisches Buchungssystem ein.

Unser Ziel, das Videokonferenzsystem bis Ende 2011 an über 1 000 Standorten weltweit bereitzustellen, konnten wir nicht erreichen. Der Ausbau wurde zum Teil durch technische Probleme verzögert, die voraussichtlich bis Mitte 2012 behoben sein werden. Darüber hinaus muss noch die internationale Zusammenarbeit mit anderen Netzbetreibern vertraglich geregelt werden.

CR-Bericht des Vorjahres

Im September 2010 starteten wir in Deutschland den Vertrieb des neuen Dienstes TelePresence. Dieser bietet höchste Video- und Audioqualität und erzeugt so trotz der räumlichen Distanz eine persönliche Gesprächsatmosphäre. Die Telekom schafft damit noch mehr Anreiz, Reisetätigkeiten und damit CO₂

-Emissionen einzusparen.

Cloud Computing.

Das sogenannte Cloud Computing ^[1] beruht auf dem Prinzip der Auslagerung von IT-Anwendungen und -Infrastrukturen in eine „virtuelle Wolke“. Software und Daten werden nicht mehr auf dem Bürocomputer bearbeitet, sondern auf einer externen Infrastruktur, beispielsweise in den Rechenzentren von T-Systems. Die Großkundensparte der Deutschen Telekom bietet ihren Kunden Software und Rechenleistungen nach Bedarf aus dem Netz an, beispielsweise mit dem Angebot DeutschlandLAN. 2011 belegte DeutschlandLAN den ersten Platz im Bereich Virtuelle Telefonanlagen bei der Leserwahl des Fachmagazins connect.

Cloud Computing ^[1] seit 2011 auch für Privatkunden.

Seit September 2011 macht die Telekom in Deutschland die Vorzüge des Cloud Computing ^[1] auch für Privatkunden nutzbar, indem sie verschiedene Dienste wie E-Mail, Music Download ^[1], Video on Demand oder Speicherplatz unter TelekomCloud zusammenfasst und damit zentral auf ihren Servern verwaltet. Begleitet wurde die Einführung von einer Informations- und Werbekampagne. Gegenüber der Datenverarbeitung auf dem heimischen PC ist der Energieverbrauch bei der zentralen Datenverarbeitung deutlich geringer.

Das zur TelekomCloud gehörende Mediacenter wurde im Juli 2011 erneut mit dem TÜV-Siegel „Geprüfter Online Dienst“ ausgezeichnet. Im Zentrum der Prüfung stehen Datenschutz und -sicherheit. Das Mediacenter besitzt die jährlich neu vergebene Zertifizierung bereits seit zwei Jahren. Außerdem wurde TelekomCloud im Heft 2/2012 der Computerbild Testsieger der verschiedenen Cloud-Systeme.

T-HT Hrvatski Telekom Vorreiter bei Cloud Computing ^[1].

Als erster Anbieter in Kroatien bietet die T-HT Hrvatski Telekom seit Ende Juni 2011 ebenfalls Cloud Computing ^[1] in einer zum damaligen Zeitpunkt europaweit einmaligen Version an: Beim Produkt Cloud Computer können die Kunden alle Dienste und Anwendungen von jedem Endgerät, an jedem Ort sowie über alle Netzwerke abrufen. Der Dienst wurde hauptsächlich für Geschäftskunden entwickelt, die dann keine eigene Hardware wie Speichermedien oder Arbeitsstationen mehr kaufen müssen und entsprechend Kosten und Ressourcen sparen.

2010 akquirierte die T-HT Hrvatski Telekom Combis, den führenden Anbieter für Systemintegration in Kroatien, und stellte landesweit die Arbeitsplätze von mehr als 10 000 Kunden auf Cloud Computing ^[1] um. Damit ist T-HT Hrvatski Telekom der größte Anbieter solcher Dienste in Kroatien und der Region. Die Kunden können so von den Vorteilen einer höheren Rechnerkapazität und Datensicherheit bei niedrigeren Betriebskosten und einem längeren Lebenszyklus der Endgeräte profitieren.

Rechenzentren der Zukunft: Effizient und umweltfreundlich.

Die Bündelung von Rechenleistungen in zentralen Rechenzentren im Zuge des Cloud Computing ^[1] stellt hohe Anforderungen an die Infrastruktur von T-Systems: Das Rechenzentrum der Zukunft muss energieeffizient, sicher und schnell sowie in jeder Hinsicht wirtschaftlich sein.

T-Systems und Intel erforschen seit 2009 im Rahmen des Projekts „DataCenter 2020“ gemeinsam die Einsparpotenziale von Rechenzentren. In einem Testzentrum in München werden innovative Technologien eingesetzt, um beispielsweise den Energieverbrauch der Server zu reduzieren. Das „DataCenter 2020“ liefert auch wichtige Erkenntnisse für ein CO₂-sparendes Management von Hochleistungsrechnern.

Managed Document Services.

Mit den Managed Document Services können T-Systems-Kunden ihren Papier- und Energieverbrauch senken,

indem sie Arbeitsabläufe vollständig oder in Teilen in einen digitalen Workflow überführen. Alle Dokumente werden nicht nur in den digitalen Workflow des Kunden gespeist, sondern gleichzeitig revisionssicher archiviert.

Unternehmen schicken in Deutschland jährlich mehr als 800 000 Tonnen Papier durch ihre Drucker – Tendenz steigend. Dabei sollte in Zeiten nachhaltigen Wirtschaftens die Verbrauchskurve von Papier nach unten zeigen.

T-Systems übernimmt mit dem Dienst Managed Document Services den gesamten Dokumentenprozess von der Digitalisierung über die Archivierung bis zum Versand von Dokumenten per E-Mail, als Brief oder als Webpage für das Internet. Alle Dokumente werden gleichzeitig revisionssicher archiviert. Dafür setzen Managed Document Services auf die qualifizierte elektronische Signatur und erfüllen gesetzliche Vorgaben, unter anderem die Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU) des Bundesfinanzministeriums.

Als Archivierungslösung sind SAP, verschiedene Dokumentenmanagementsysteme, Rechnungsarchive oder digitale Personalakten im Einsatz. Am Ende des Prozesses wird die Ausgangspost in jedem gewünschten Ausgabeformat verteilt. So gehen beispielsweise Rechnungen weiterhin in gedruckter Form beziehungsweise als E-Mail-Anhang an die Kunden, oder Managed Document Services stellen die Dokumente in einem Internet-Portal bereit. Hier können die Kunden Rechnungen einsehen und auf Wunsch herunterladen. Druck und Versand der Dokumente laufen weitgehend maschinell. Für alle ausgehenden Briefe, Faxe oder E-Mails nutzen Managed Document Services die mit den Kunden individuell gestalteten Layoutvorgaben.

Neue Produkte und Dienste mit hoher Energieeffizienz.

Im Berichtszeitraum hat die Telekom ihr Angebot an energieeffizienten DECT-Telefonen weiter ausgebaut. Bei vielen Festnetz-Endgeräten kommen zudem nur noch besonders energieeffiziente Netzteile zum Einsatz, die den Energieverbrauch beim Kunden deutlich reduzieren.

Auch bei der Entwicklung der neuen Entertain Boxen und der Integrated Access Devices (IAD) haben wir ökologische Kriterien im Produktdesign festgeschrieben. So wurde der Schadstoffgehalt der Materialien durch entsprechende Forderungen an unsere Lieferanten unter die gesetzlich geforderten Grenzwerte gesenkt: Es kommen ausschließlich möglichst nachhaltige Kunststoffe und schadstoffarme Lacke zum Einsatz. Auch der Stromverbrauch ist trotz einer deutlich höheren Leistungsfähigkeit nicht wesentlich gestiegen und soll in Zukunft weit unter die jetzt schon niedrigen Verbrauchswerte der europäischen Richtlinie für die umweltgerechte Gestaltung energiebetriebener Produkte fallen.

Klimaneutraler Versand über GoGreen.

Bereits seit 2008 verschicken wir in Deutschland alle Standardpakete über GoGreen, das klimaneutrale Versandangebot der Deutschen Post. Allein durch den Versand der Pakete vom T-Online Shop wurden im Jahr 2011 insgesamt 121 Tonnen CO₂ kompensiert.

CR-Bericht des Vorjahres

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Erhöhung des Wirkungsgrads bei Schaltnetzteilen in Endgeräten auf über 90 Prozent	Umsetzung läuft. • Steigerung des Wirkungsgrads bei Kleinnetzteilen für ICT-Produkte • Die Umstellung auf Schaltnetzteile für den größten Teil der Telekommunikationsprodukte ist erfolgt. In bestimmten Betriebssituationen wird ein Wirkungsgrad von über 90 Prozent erreicht. • Die größte Steigerung des Wirkungsgrads wird bei den neuen Entertain Boxen ab 2014 erwartet. Durch den Einsatz von effizienteren Netzteilen werden die Forderungen des Voluntary Agreement unterschritten. Die Anforderungen dazu wurden im Jahr 2011 definiert und abgestimmt. Genaue Messungen liegen noch nicht vor.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Barrierefreie Produkte & Dienste.

Moderne Kommunikationsmittel sind heute als wichtige Hilfsmittel aus dem Alltag nicht mehr wegzudenken. Um auch Menschen mit altersbedingten und körperlichen Einschränkungen den Umgang mit ihnen zu erleichtern, entwickeln wir Produkte und Dienste, die ihren Bedürfnissen entsprechen, und arbeiten kontinuierlich daran, die Nutzerfreundlichkeit weiter zu erhöhen. Zusätzlich bietet die Telekom konzernweit verschiedene Sozialtarife an, die einkommensschwachen Kunden und Menschen mit Behinderungen ermöglichen, zu günstigen Konditionen zu telefonieren und zu surfen. Dies trägt gemäß unserer [CR-Strategie](#) dazu bei, möglichst vielen Menschen die Chance zu geben, an der Informationsgesellschaft teilzuhaben und die damit verbundenen Möglichkeiten zu nutzen.

Produkte und Dienste für ältere Menschen.

Wir erweitern laufend unsere Produktpalette für ältere Menschen. Im August 2011 haben wir in Deutschland das neue [Sinus A 205 Comfort](#) auf den Markt gebracht, ein schnurloses Familientelefon mit großen beleuchteten Tasten, einem leicht abzulesenden Display und einfacher Bedienung. Es ist hörgerätekompabil und signalisiert Anrufe sowohl optisch als auch durch Vibrationsalarm. Das Gerät und das dazugehörige Netzteil arbeiten sehr energieeffizient.

Im Mai 2011 brachte T-Mobile Austria in Kooperation mit dem Samariterbund ein neues Seniorenhandy der Emporia-Serie mit individualisierter Notrufunktion auf den Markt: Beim Drücken des Notrufknopfs wird der Ruf direkt in die Leitzentrale des Samariterbunds weitergeleitet, wo persönliche Daten zu den speziellen Bedürfnissen und Lebensumständen des Absenders hinterlegt sind. So ist schnelle und zielgerichtete Hilfe möglich.

In Kooperation mit dem Prager Zentrum für Pflege und Soziale Dienste und dem Unternehmen Teltech Servis hat T-Mobile Czech Republic ein neues System für die Altenpflege entwickelt und im Februar 2011 eingeführt. Es unterstützt die Logistik bei Anbietern von häuslichen Pflegedienstleistungen wie Einkaufen, Wäsche waschen oder Ähnlichem. Über das System können Pflegebedürftige diese Leistungen rasch und flexibel ordern. Die Anfragen werden umgehend an den Pflegeanbieter weitergeleitet, der seine Einsatzplanung entsprechend daran ausrichten kann.

Verbraucherempfehlung für das Sorglos-Paket Plus.

Die Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) – die über ihre Verbände rund 13 Millionen Menschen in Deutschland vertritt – hat 2011 eine Verbraucherempfehlung für das Sorglos-Paket Plus im Rahmen des Telekom Tarifs [Call & Surf Comfort](#) ausgesprochen. Dafür prüfte die Organisation neben dem Produkt und dem Informationsmaterial zu Tarif und Leistungen auch die Beratung im Telekom Shop und den Installations-Service im Rahmen des Sorglos-Pakets Plus. In allen Bereichen erreichte das Angebot mindestens die Bewertung „gut“. Neben der transparenten Preisstruktur lobte die Organisation besonders das Fachwissen der Shop-Mitarbeiter und den Service der Techniker bei der Installation vor Ort.

Weiterentwicklung von E-Health-Lösungen.

In einer Befragung von 1 000 deutschsprachigen Bürgern ab 45 Jahren, die die Telekom gemeinsam mit dem F.A.Z.-Institut im Oktober 2011 herausgab, äußerten 80 Prozent der Befragten den Wunsch, auch mit körperlichen Einschränkungen weiter in den eigenen vier Wänden zu leben. Angesichts steigender Lebenserwartung und einer Zunahme der Zivilisationskrankheiten nehmen immer mehr Menschen mobile E-Health-Lösungen in Anspruch, die ihnen dies ermöglichen. Die Telekom entwickelt ihre Lösungen in diesem wichtigen Wachstumsmarkt ständig weiter. Aktuell im Fokus stehen beispielsweise neue Anwendungen für die mobile Gesundheitsmessung und Planungen, die Verwendbarkeit der Geräte auf weitere Betriebssysteme auszudehnen.

Produkte und Dienste für hörgeschädigte Menschen.

Unsere bereits 2003 eingerichtete Hotline für gehörlose und schwerhörige Kunden in Deutschland wird zunehmend genutzt. Anfragen an die speziell geschulten Mitarbeiter können über die E-Mail-Adresse deaf.hotline@telekom.de gestellt werden. Die Kollegen beantworten die Frage direkt oder informieren, wie sie via Bildtelefonie oder Webcam zu erreichen sind. Aktuell fragen täglich bis zu 50 Menschen an, um sich beispielsweise zu Spezialtarifen für Gehörlose oder spezielle Media-Receiver für Programme mit Untertiteln beraten zu lassen. In Bremen wird die Hotline von zwei gehörlosen Kollegen betreut, alle zwei Wochen sind diese auch im Telekom Shop im Bremer Weserpark vor Ort.



Beratung für Hörgeschädigte in Shops von Slovak Telekom.

Als einziges Unternehmen in der Slowakei schult die Slovak Telekom ihre Vertriebsmitarbeiter auch in Zeichensprache. Im April 2011 wurden weitere 60 Mitarbeiter geschult, insgesamt haben damit mehr als 220 Mitarbeiter die viertägige Schulung durchlaufen. In den Shops steht den Mitarbeitern zudem ein elektronisches Handbuch über die Anwendung der Zeichensprache zur Verfügung. Derzeit können so in 62 Kundencentern der Slovak Telekom Menschen mit Hörbehinderungen bedient werden.

Mit ihrem im September 2011 veröffentlichten Lied und Videoclip „Sound Vacuum“ verbindet die beliebte slowakische Band Desmond Hörgeschädigte mit dem Rest der Welt. Sound Vacuum macht eindrucksvoll deutlich, was es bedeutet, in einer scheinbar geräuschlosen Umwelt zu leben. Die Slovak Telekom unterstützte die Produktion des Lieds und des Videos, in dem der Sänger die Zeichensprache benutzt, um einen öffentlichen Dialog über das Thema Hörschädigung anzustoßen.

Sozialtarife für verschiedene Zielgruppen.

Wir bieten sowohl in Deutschland als auch in zahlreichen Landesgesellschaften Sondertarife für zwei Zielgruppen an: Menschen mit geringem Einkommen und Menschen mit Behinderungen. Bei der Telekom Deutschland haben Sozialtarife Tradition und können bei entsprechender Bedürftigkeit von Privatpersonen mit einem Festnetz-Anschluss in Anspruch genommen werden.

Cosmote Greece führte bereits 2010 vergünstigte Tarife für Arbeitslose und Rentner ein, die montenegrinische Gesellschaft Crnogorski Telekom 2011 für Menschen mit Behinderungen. Seit November 2011 bietet die

mazedonische Makedonski Telekom einen Tarif für hörgeschädigte Menschen an.

CR-Bericht des Vorjahres

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Reduzierung der Zugangsbarrieren für Menschen mit Einschränkungen	Umsetzung läuft. • Förderung von gehörlosen und hörgeschädigten Menschen bei Slovak Telekom (große Öffentlichkeitskampagne, Schulung von Mitarbeitern und interessierten Bürgern in Gebärdensprache, Unterstützung hörgeschädigter Existenzgründer) • Gehörlosen-Chat bei T-Mobile Austria • Entwicklung Produktportfolio für Menschen mit Einschränkungen • Spezialtarife für Menschen mit besonderen Bedürfnissen bei verschiedenen Landesgesellschaften

CR-Programm 2010/2011

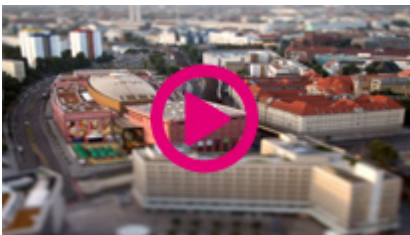
Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Kundenkommunikation.

Das Internet ist für Konsumenten zu einer der wichtigsten Informationsquellen geworden: Verbraucher tauschen sich immer häufiger in Blogs, Foren oder anderen Netzwerken über Produkte aus und thematisieren dabei zunehmend auch Nachhaltigkeitsaspekte. Um diesem Informationsbedürfnis nachzukommen und den Nachhaltigkeitsgedanken in der Öffentlichkeit zu fördern, haben wir im Herbst 2009 in Deutschland die auf mehrere Jahre angelegte Nachhaltigkeitsoffensive „Große Veränderungen fangen klein an.“ gestartet. Auch zahlreiche internationale Landesgesellschaften setzten sich im Berichtszeitraum mit Kommunikationskampagnen für eine Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens ein.

Auszeichnung der Nachhaltigkeitsoffensive in Deutschland.

Am 13. Oktober 2011 wurde die „Große Veränderungen fangen klein an.“ vom Gesamtverband Kommunikationsagenturen GWA mit dem „EFFIE Award“ in Bronze für besonders effektive und effiziente Kampagnen ausgezeichnet. Mit der im September 2009 gestarteten Offensive wollen wir gemeinsam mit unseren mehr als 43 Millionen Kunden in Deutschland einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten. Wir möchten das Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Konsum stärken und eine Verhaltensänderung hin zu einer nachhaltigeren Lebensweise bewirken.



Themen der Nachhaltigkeitsoffensive 2011.

Im Vorfeld der Nachhaltigkeitsoffensive haben wir 16 thematische Schwerpunkte festgelegt und ihre Bedeutung für die Kunden im Rahmen einer Marktstudie getestet. Im ersten Halbjahr 2011 standen zunächst die Themen „Grüner Strom“, „Kinderschutz“ und „Bildungsförderung“ im Fokus der Kampagne. Mit dem Thema „Fotos online teilen und damit Papier sparen“ sensibilisieren wir unsere Kunden außerdem für die ökologischen Vorteile des Cloud Computing.

Zwischen Oktober und Dezember 2011 führten wir eine groß angelegte Handy-Rücknahme-Aktion durch, die wir intensiv über Tageszeitungen, Funk- und Online-Medien bewarben und auf der Kampagnenwebsite www.telekom.com/nachhaltig-handeln begleiteten.

Anfang Februar 2012 starteten wir den aus der Nachhaltigkeitsoffensive heraus entwickelten Wettbewerb „Internet: Keine Frage des Alters!“ zum Thema Medienkompetenz für Senioren auf der Website www.telekom.com/nachhaltig-handeln. Die Gewinner werden im Mai 2012 bekannt gegeben. Der Wettbewerb wird inhaltlich durch unsere Partner BAGSO und klcksafe begleitet.

CR-Bericht des Vorjahres

Neue Angebote auf telekom.com/nachhaltig-handeln.

Im Mai 2011 ging die überarbeitete Website zur Nachhaltigkeitsoffensive online. Mit verschiedenen interaktiven Angeboten bindet sie die Nutzer ein und nutzt dabei auch Facebook:

- Auf der Kampagnenwebsite hatte jeder Besucher im Mai 2011 die Möglichkeit, ein Statement zu den dargestellten Themen abzugeben und dieses zusammen mit einem Foto einzustellen. Die Statements sind seitdem fester Bestandteil der Website.
- Zwischen Juni und Dezember 2011 wurde auf telekom.com/nachhaltig-handeln eine Facebook-App  „Baumfreunde“ angeboten: Damit konnten die Nutzer ein Foto hochladen, auf dem sie einen Baum umarmen. Für jedes eingestellte Foto pflanzte die Telekom eine junge Buche im Rahmen des Projekts „Lebendiger Buchenwald“ im Bonner Stadtwald. Das Projekt wurde gemeinsam mit der Stadt Bonn und der Deutschen Umwelthilfe durchgeführt.
- Sowohl über eine Facebook-App  als auch über die Kampagnenwebsite konnten sich die Nutzer ein Versandetikett zur Teilnahme an der Handy-Rücknahme-Aktion zugunsten von BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“ herunterladen. Dieses berechtigte zur kostenlosen Einsendung von Handys an die Telekom. Während der Aktion, die von Oktober bis Dezember 2011 dauerte, bestand außerdem die Möglichkeit, ein Herz-Icon mit einer persönlichen Botschaft an Freunde und Verwandte zu versenden.

Im Zentrum der im Jahr 2009 gestarteten Nachhaltigkeitsoffensive der Telekom steht die Website telekom.com/nachhaltig-handeln. Hier zeigen wir vielfältige Möglichkeiten, wie der Kunde über die Nutzung von ICT-Produkten und Angeboten der Telekom seinen Konsum nachhaltiger gestalten kann. Beispielsweise wird erklärt, wie viel Plastik vermieden wird, wenn – statt eine CD zu kaufen – Musik im Internet heruntergeladen wird. In verschiedenen Aktionen rufen wir die Menschen dazu auf, aktiv zu werden.

Kundenbotschaften zur Nachhaltigkeit.

Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitskampagne haben wir uns 2011 insgesamt viermal direkt an unsere Kunden gewandt – entweder online oder per Brief:

- Im Mai riefen wir 50 000 Kunden dazu auf, Nachhaltigkeitsbotschafter der Telekom zu werden und auf einer eigens angelegten Website einen Kommentar abzugeben. Als Dankeschön verlost die Telekom fünf Hollandfahrräder.
- Im Juni und Juli verschickten wir mehr als zwei Millionen Mailings zum Thema „Energieeffizienz und nachhaltige Services der Telekom“.
- Im Oktober informierten wir eine Million Kunden über unser Engagement für BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“.
- Ende Oktober riefen wir über eine Postwurfsendung 22,7 Millionen Haushalte zur Teilnahme an unserer Handy-Rücknahme-Aktion auf. Dieser Postwurf war gleichzeitig eine Versandtasche für die kostenlose Einsendung eines Althandys an die Telekom. Im November wurden im Rahmen eines Loyalitätsmailings weitere 150 000 Versandtaschen an Kunden verteilt.

Insbesondere die Resonanz auf die Handy-Rücknahme-Aktion war sehr positiv: Im Gesamtjahr 2011 konnten wir insgesamt rund 762 000 Althandys sammeln.

Die Welt verbessern mit Cosmote Greece.

Im September 2011 startete Cosmote Greece eine Kampagne unter dem Motto „Was würdest du tun, um die Welt zu verbessern?“. Via Facebook und über einen für die Kampagne gestarteten Blog rief sie die Nutzer auf, Ideen und Wünsche einzureichen. Alle Ideen und Vorschläge werden evaluiert und einige davon unter aktiver Beteiligung der Ideengeber und Kampagnenteilnehmer mit ähnlichen Ideen umgesetzt. Für 2012 ist die Umsetzung von drei Aktionen geplant. Zukünftig sollen weitere Ideen umgesetzt werden.

Weil eine Vielzahl der Nutzer gerne Kindern in Not helfen wollte, setzte Cosmote Greece diesen Wunsch 2011 zuerst um. Gemeinsam mit Kunden organisierte das Unternehmen eine Spieleveranstaltung für Kinder, bei der sich mit jedem Punktgewinn die Spendensumme für ein Waisenhaus erhöhte. Anschließend spendete Cosmote Greece dem Waisenhaus ein Jahr kostenlose Gesundheitsfürsorge und Heizung sowie einen neuen Spielplatz.

Ungarische Nachhaltigkeitsoffensive „hello holnap!“.

Im Jahr 2011 setzte die ungarische Magyar Telekom ihre Nachhaltigkeitsoffensive „hello holnap!“ (Hallo Zukunft!) fort. In diesem Rahmen initiierte die Landesgesellschaft die Gründung des Sustainability Media Club unter Beteiligung führender Medienvertreter, um den Nachhaltigkeitsgedanken zu verbreiten und Menschen zu nachhaltigem Verhalten zu motivieren. Vierteljährlich können sich Nichtregierungsorganisationen mit eigenen Nachhaltigkeitsprojekten um Fördergelder bewerben. Mitglieder des Sustainability Media Club ermitteln die Gewinner und die Magyar Telekom finanziert die Umsetzung der Projekte.

2011 hat der Sustainability Media Club zudem den mit 1 Million Ungarischen Forint (3 436 Euro) dotierten „Sustainability Press Prize“ für nachhaltige Medienberichterstattung ins Leben gerufen. Dieser soll künftig jährlich verliehen werden. Das Preisgeld stiftet die Magyar Telekom. Erstmals verliehen wurde die Auszeichnung am vierten Nachhaltigkeitstag der Magyar Telekom am 24. September 2011.

Seit 2008 schaltet die Magyar Telekom außerdem im Rahmen der weltweit Ende März begangenen Earth Hour für eine Stunde Beleuchtung und Scheinwerfer in ihren Shops und Niederlassungen ab. 2011 beteiligte sich die Landesgesellschaft darüber hinaus mit einem eigenen Event an der Earth Hour: An diesem Tag gewährte sie 50 Prozent Rabatt auf einige umweltfreundliche Produkte und gestaltete ein Event mit Konzerten und anderen Vorführungen im Budapester Millenáris Park.

CR-Bericht des Vorjahres

Am 27. Dezember 2010 startete Magyar Telekom im Rahmen von „hello holnap!“ eine breit angelegte Medienkampagne in Ungarn. In Rundfunk, Fernsehen und Internet wurde anhand von praktischen Beispielen dargestellt, wie jeder Einzelne zu Umweltschutz und einer nachhaltigen Entwicklung beitragen kann. Unterstützung erhielt die ungarische Landesgesellschaft durch verschiedene Prominente, die ihre Vorsätze für ein ökologisches und nachhaltiges Verhalten im neuen Jahr vorstellten.

Auf der Website der Offensive www.helloholnap.hu wird dargestellt, wie Magyar Telekom jeden Einzelnen unterstützt. Zudem wird über die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens berichtet.

Pressekonferenz zu Umweltthemen bei der PTC.

Am 15. September 2011 organisierte die polnische Landesgesellschaft PTC eine Pressekonferenz zu ihrem Umweltengagement, die von 25 Medienvertretern von TV- und Radiosendern, Zeitungen und Online-Portalen besucht wurde. Viele der Umweltaktivitäten der PTC wurden anschließend in unterschiedlichen Medien veröffentlicht.

Antidiskriminierungskampagne in Polen.

Zusammen mit der polnischen Regierung führte die PTC im November und Dezember 2011 eine Antidiskriminierungskampagne durch. Die polnische Landesgesellschaft stellte dabei verschiedene Kommunikationskanäle wie SMS ^[1], MMS, Video MMS und die eigene Website zur Verfügung, über die Betroffene Meldung bei der staatlichen Antidiskriminierungsstelle erstatten konnten.

Im Zentrum stand die staatliche Website www.siecrownosci.gov.pl, die vielfältige Informationen zu dem Thema bereithält. Teil der Kampagne waren auch konkrete Verhaltenstipps für Menschen, die Zeuge von Diskriminierungen wurden.

Globul präsentiert erste Nachhaltigkeitsbroschüre.

Im Nachgang zur konzernweiten Nachhaltigkeitskampagne vom Oktober 2010 hat die bulgarische Landesgesellschaft Globul im Juli 2011 eine Nachhaltigkeitsbroschüre entwickelt, die die wichtigsten Themen der Kampagne aufgreift. Thematisiert werden unter anderem das Handy-Recycling, die ökologischen Vorteile von Musik-Downloads oder Fragen der Sicherheit im Internet. Die in einer Auflage von 5 000 Stück auf 100 Prozent Recyclingpapier gedruckte Broschüre wurde in den 169 Shops und drei Verwaltungsgebäuden des Unternehmens verteilt. Außerdem wurden auf einem Kinderfest 2 000 Broschüren mit beigelegten Malvorlagen verteilt.

Die bulgarische Landesgesellschaft Globul startete im Oktober 2010 eine Kampagne, in der sie für die Nutzung von E-Services – Online-Verträge und -Rechnungen – warb sowie die Internet-Sicherheit und den Umweltschutz thematisierte. Unter dem Motto „Big changes begin with small steps“ werden auf der [Internet-Seite der Nachhaltigkeitsoffensive](#) beispielsweise die Handy-Rückgabe, Batterienrecycling, Musik-Download ^[1] und Telefonkonferenzen ins öffentliche Bewusstsein gerückt.

feelGreen.de: Nachhaltigkeit mit Genuss.

An Menschen, die Nachhaltigkeit mit Genuss verbinden wollen, richtet sich das im September 2011 gestartete Online-Portal der Telekom feelGreen.de. Auf einen Blick gibt es Informationen und Anregungen zu ökologischen, sozialen und gesundheitsorientierten Themen. Die Bandbreite ^[1] der Themen reicht von Ernährung über Gesundheit, Mode, Energie und Umwelt bis hin zu Reisen.

Lebensoffensive zeigt Chancen für eine gute Work-Life-Balance.

Unter dem Motto „Werde Chef Deines Lebens“ starteten wir im Juni 2011 in Deutschland eine eigenständige Kampagne zum Thema Work-Life-Balance, um die Mitarbeiter, aber auch die breite Öffentlichkeit für dieses Thema zu sensibilisieren. In TV-Spots und Printanzeigen wurde gezeigt, wie die Telekom den individuellen Bedürfnissen ihrer Mitarbeiter durch berufliche Angebote wie duale Karriereplanung, Elternzeit, flexible Arbeitszeitmodelle und mobiles Arbeiten entgegenkommt.

Fahrsicherheitsaktion bei Cosmote.

2011 setzten die griechische Cosmote und ihre Töchter in Rumänien und Bulgarien ihre 2007 in Bulgarien

gestartete Kommunikationskampagne zum sicheren Fahren fort. Bei dieser machten sie unter anderem auf die Gefahren des mobilen Telefonierens während der Fahrt aufmerksam.

Kundenkommunikation via Social Media.

Wir wollen Kunden und anderen Stakeholdern der Telekom auf vielfältige Weise die Möglichkeit bieten, mit uns in Kontakt zu treten. Neben den bisherigen Service-Angeboten pflegen wir auch einen offenen Dialog auf verschiedenen Internet-Plattformen wie Facebook oder Twitter. Unsere Präsenz in diesen Netzwerken findet immer mehr Anhänger:

- Die Seite „Deutsche Telekom AG“ auf Facebook hat bereits mehr als 20 630 Fans (Stand: Ende Februar 2012).
- Auf Twitter verfolgen mehr als 28 670 „Follower“ unser Profil „Deutschetelekom“ (Stand: Ende Februar 2012).

Kundenhilfe bei Facebook und Twitter.

- Die Seite „Telekom-hilft“, über die das Telekom Service-Team seit September 2010 Fragen zu Produkten und Services beantwortet, hat bereits über 29 170 Fans (Stand: Ende Februar 2012); zwei Jahre zuvor waren es nur rund 3 000.
- Auch über Twitter kann die Kundenhilfe kontaktiert werden. Auf Twitter folgen mittlerweile mehr als 17 810 Follower der Kundenhilfe. Bis Ende Februar wurden insgesamt über 66 110 Tweets veröffentlicht.

Alle Social-Media-Kanäle der Telekom sind auch auf unserer 2011 neu gestalteten Unternehmenswebsite www.telekom.com integriert. Neben unserer Präsenz auf Facebook und Twitter findet sich dort auch unser 2010 gestarteter Telekom Blog, der die klassischen Presseaktivitäten des Konzerns ergänzt.

Über den YouTube-Kanal der Telekom können außerdem viele aktuelle Beiträge zu Innovationsthemen des Konzerns abgerufen werden.

CR-Bericht des Vorjahres

Verantwortungsportal der Telekom überarbeitet.

Im Rahmen der Neugestaltung unserer Unternehmenswebsite www.telekom.com haben wir auch unser Verantwortungsportal überarbeitet. Für eine breite Zielgruppe berichten wir auf dieser zentralen Plattform laufend über die aktuellen Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Ausbau des fremdsprachigen Kundenbetreuungsangebots in allen Konzerneinheiten	Umsetzung läuft. • Mehrsprachige Hotlines und Informationsmaterialien • Einsatz Englisch, Russisch oder Türkisch sprechender Mitarbeiter in Deutschland und Spanisch sprechender Mitarbeiter bei T-Mobile USA

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Handy- & Telefon-Rücknahme.

Die Deutsche Telekom engagiert sich für die Weiterverwendung und das Recycling gebrauchter Handys. Gemeinsam mit ihren Kunden leistet sie dadurch einen wichtigen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen und zum Klima- und Umweltschutz. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist für die Deutsche Telekom die Weiterverwendung von gebrauchten, funktionstüchtigen Handys ein zentrales Anliegen. Denn eine möglichst lange Nutzung erhöht die Ökobilanz von Mobiltelefonen deutlich.

CR KPI Handy-Rücknahme.

Um der Bedeutung der Handy-Rücknahme Rechnung zu tragen, erheben wir seit dem Geschäftsjahr 2010 den CR KPI „Handy-Rücknahme“. Diese Kennzahl stellt die gesammelten Mobilfunkgeräte – gemessen in Stückzahl und dem Äquivalent in Kilogramm – der Anzahl der Kunden einer Konzerngesellschaft gegenüber.

Eine detaillierte Beschreibung der CR KPI findet sich im Kapitel [Strategie & Management](#).

Gemäß der europäischen Elektronikschrottrichtlinie und der WEEE-Direktive (Waste Electrical and Electronic Equipment) sind Hersteller von Elektro- und Elektronikneugeräten in Europa verpflichtet, Altgeräte kostenlos zurückzunehmen und fachgerecht zu entsorgen. Die Deutsche Telekom engagiert sich über diese gesetzlichen Bestimmungen hinausgehend mit gezielten Aktionen für die Sammlung von alten Geräten. Unserer gesetzlichen Verpflichtung, den Verbrauchern Hinweise zur sachgerechten Entsorgung von Elektroprodukten zu geben, kommen wir mit einem entsprechenden Schreiben nach, das jedem neuen Gerät beigelegt wird.

Eine besondere Herausforderung bei der Handy-Rücknahme ist der Datenschutz. Um diesen sicherzustellen und den Missbrauch von Kundendaten zu vermeiden, ist der Bereich Datenschutz und Datensicherheit der Telekom in das Rücknahmesystem organisatorisch eingebunden.

Rund 762 000 Mobiltelefone in Deutschland gesammelt.

Im Jahr 2011 haben wir in Deutschland im Rahmen verschiedener Aktionen insgesamt rund 762 000 Mobiltelefone gesammelt und aus den Erlösen die folgenden gemeinnützigen Organisationen unterstützt:

- BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“
- Deutsche Umwelthilfe e.V. und
- Ärzte für die Dritte Welt e.V.

Bereits im April 2010 legten wir im sogenannten [Changemaker Manifest von Utopia](#) das Ziel fest, in den folgenden ein bis zwei Jahren rund eine Million Althandys in Deutschland zu sammeln, um sie der Weiterverwendung oder dem Recycling zuzuführen. Dieses Ziel haben wir Ende 2011 erreicht.

Handy-Sammelaktionen zugunsten von „Ein Herz für Kinder“.

Durch eine breit angelegte Handy-Sammelaktion zugunsten von BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“ zwischen Oktober und Dezember 2011 konnte die Anzahl der zurückgenommenen Althandys gegenüber dem Vorjahr um mehr als 500 000 Geräte gesteigert werden.

- In der Sendung „Wetten, dass...?“ Anfang Oktober 2011 startete die größte Handy-Rücknahme-Aktion Deutschlands. Im Rahmen der „Deutschlandwette“ wollten wir in nur zehn Wochen mindestens 500 000 alte Handys einsammeln. Auf der „Ein Herz für Kinder“-Gala im Dezember gratulierte Thomas Gottschalk zur gewonnenen Wette. Insgesamt 585 758 Altgeräte wurden im Aktionszeitraum zurückgegeben. Für jedes abgegebene Handy spendete die Deutsche Telekom 2 Euro an „Ein Herz für Kinder“. Während der Spendengala nahmen 140 Mitarbeiter aus Vertrieb und Service ehrenamtlich telefonisch die Zuschauerspendsen entgegen.
- Mit einer bundesweiten Postwurfsendung zwischen dem 18. und 25. Oktober 2011 erhielten zudem 22,7 Millionen Haushalte eine Versandtasche für den kostenlosen Versand eines Althandys an die Telekom. Zusätzlich standen Versandetiketten zur kostenlosen Rücksendung unter telekom.com/nachhaltig-handeln zum Download  bereit.
- Am 15. November 2011 nahm der Telekom-Truck beim DFB Länderspiel der deutschen Fußballnationalmannschaft gegen die Niederlande Althandys entgegen.

Zur Handy-Rücknahme-Aktion kamen über das Jahr verteilt weitere Maßnahmen hinzu, deren Erlöse ebenfalls in die Spendensumme einfließen. René Obermann übergab auf der Spendengala im ZDF einen Spendenbetrag von insgesamt 1,5 Millionen Euro.

Auch alte Festnetz-Telefone nimmt die Deutsche Telekom zurück und lässt sie recyceln.

CR-Bericht des Vorjahres

Rund zwei Drittel aller Bundesbürger horten insgesamt 83 Millionen alte und ungenutzte Mobiltelefone bei sich zu Hause – damit ist ihr Anteil gegenüber 2010 noch einmal um 15 Prozent gestiegen. Dies ergab eine Studie des Branchenverbands Bitkom im Dezember 2011. Althandys könnten jedoch anderswo sinnvoll eingesetzt werden. Außerdem enthalten sie wertvolle Rohstoffe, darunter Metalle wie Gold, Silber und Kupfer, die wiederverwertet werden können.

Metalle und Erze werden oftmals unter für Mensch und Umwelt problematischen Bedingungen gewonnen. Vor diesem Hintergrund sind Rücknahme und Weiterverwendung oder Recycling von ausgedienten ICT-Produkten von großer Bedeutung. Ein Teil der zurückgegebenen Handys kann nach wenigen Reparaturen und der Löschung aller persönlichen Daten weiterverwendet werden. Funktionstüchtige Handys können dann beispielsweise von Menschen in Asien oder Afrika kostengünstig erworben werden. Defekte Geräte und Handys, deren Reparatur beziehungsweise Datenlöschung zu aufwendig sind, werden dem Recycling zugeführt.

Unterstützung für gemeinnützige Organisationen.

Mit der Handy-Rücknahme der Deutschen Telekom wird nicht nur die Umwelt geschont, es werden auch Projekte gemeinnütziger Organisationen unterstützt. Denn aus den Erlösen spendet die Deutsche Telekom an so unterschiedliche Organisationen wie BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“, die Deutsche Umwelthilfe (DUH) oder Ärzte für die Dritte Welt.

Seit 1978 sammelt die Hilfsorganisation BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“ über Spenden und unterstützte damit Kinder und Einrichtungen – national und international. Die Hilfsorganisation engagiert sich schnell und unbürokratisch, wenn Kinder Hilfe brauchen. In Zusammenarbeit mit renommierten Kliniken sorgt der gemeinnützige Verein zum Beispiel dafür, dass schwer kranke Kinder, die in ihrer Heimat nicht oder nur unzulänglich behandelt werden können, in Deutschland lebensrettende Operationen und Therapien bekommen, und leistet Nothilfe in Kriegs- und Katastrophengebieten. Der Schwerpunkt der Arbeit von „Ein Herz für Kinder“ liegt in Deutschland. Die BILD-Hilfsorganisation fördert zum Beispiel Suppenküchen, Kinderkliniken, Kindergärten, Schulen sowie Sport- und Bildungsprojekte.

Die DUH unterstützt mit den Spenden wichtige Naturschutzprojekte wie den Erhalt von natürlichen

Flusslandschaften und Wäldern sowie Umweltbildungsprojekte. In den letzten Jahren konnten 774 Umwelt- und Naturschutzprojekte aus den Spenden der Telekom Deutschland finanziert werden. Die Mehrheit dieser Projekte wurde in Zusammenarbeit mit Sammelgruppen in Schulen und regionalen Umwelt- oder Naturschutzgruppen durchgeführt. Registrierte Sammelgruppen erhalten für jedes eingeschickte Handy eine Spende für eigene Projekte, beispielsweise Initiativen zur ökologischen Gestaltung von Schulgebäuden oder -höfen beziehungsweise für Umweltbildungsaktivitäten. Im Jahr 2011 wurde das neue Internet-Portal www.handysfuerdieumwelt.de der DUH in Kooperation mit der Telekom Deutschland online gestellt

Die Hilfsorganisation Ärzte für die Dritte Welt verbessert durch ehrenamtliche Einsätze von Medizinerinnen die gesundheitliche Situation und die Lebensbedingungen von Menschen in Entwicklungsländern. Mit den Spenden aus der Handy-Rücknahme werden mobile Ambulanzen auf Mindanao (Philippinen) unterstützt, die dort zur medizinischen Grundversorgung der Menschen beitragen.

Handy-Rückgabe in Kroatien: 11 300 Althandys abgegeben.

Obwohl die T-HT Hrvatski Telekom 2011 nicht explizit für das Recycling von Mobiltelefonen geworben hat, stieg die Zahl der Personen, die ihre benutzten Althandys bei dem Unternehmen abgaben. Im Jahr 2011 wurden insgesamt 11 300 Althandys bei der Gesellschaft abgegeben. Seit dem Start des Recyclings im Jahr 2005 wurden damit insgesamt 111 300 Geräte eingesammelt.

CR-Bericht des Vorjahres

Aktionswoche zur Handy-Rücknahme bei T-Mobile Netherlands.

Im Rahmen ihres 2010 gestarteten Programms „GSM Retourplan“ hat T-Mobile Netherlands in einer Aktionswoche vom 25. März bis 1. April 2011 insgesamt 1 800 Althandys gesammelt. Die Aktionswoche wurde in Kooperation mit der Spendenaktion eines lokalen Radiosenders durchgeführt. Wie üblich gingen die Erlöse an die Hilfsorganisation War Child, die mit den Spenden aus dem Aktionszeitraum 3 000 Kinder unterstützen konnte. Insgesamt wurden bis Ende 2011 87 870 Mobiltelefone von GSM Retourplan eingesammelt.

(nur in Niederländisch verfügbar)

CR-Bericht des Vorjahres

Am 5. Januar 2010 startete T-Mobile Netherlands zusammen mit der TNT Post das landesweite Handy-Rücknahme-Programm „GSM Retourplan“. Bis Ende 2010 wollten die Kooperationspartner 100 000 Geräte sammeln. Dieses Ziel war jedoch zu ambitioniert – im ersten Jahr konnten rund 40 000 Stück der Wiederverwertung zugeführt werden. Die Erlöse aus der Wiederverwertung kommen der Initiative „War Child“ und dem „World Food Programme“ zugute. An „GSM Retourplan“ beteiligen sich seit Ende 2010 zwei weitere ICT-Unternehmen. Gemeinsam wollen die Partner das wichtige Thema Handy-Rücknahme in den Niederlanden vorantreiben.

T-Mobile Czech Republic informiert regelmäßig über Handy-Rücknahme.

Seit 2010 sendet T-Mobile Czech Republic allen ihren Kunden mit den Rechnungen auch Informationen über die Notwendigkeit des Recyclings von Mobiltelefonen und informiert sie über die Möglichkeit der elektronischen Abrechnung. 2011 hat T-Mobile Czech Republic knapp 8 000 Althandys gesammelt.

Recyclingcontainer und -konzepte in den USA.

In allen Filialen der T-Mobile USA stehen Recyclingcontainer für Althandys und Zubehör bereit. Außerdem werden alle neuen Handys in einer Verpackung mit dem Hinweis „Recycle dein Handy“ geliefert, um das Bewusstsein für die Bedeutung des Recyclings zu erhöhen. Ergänzend wurde eine Kommunikationskampagne durchgeführt. Im Berichtszeitraum hat das Unternehmen insgesamt 180 000 Mobiltelefone gesammelt und dem Recycling zugeführt.

Auch über ihr Engagement in Brancheninitiativen wie der internationalen Gesellschaft für Mobilfunk-Betreiber (CTIA –The Wireless Association) treibt T-Mobile USA den Recyclinggedanken voran. So erarbeitete die sogenannte grüne Arbeitsgruppe der CTIA unter Beteiligung von Vertretern der T-Mobile USA eine Branchenempfehlung für das Recycling von Mobiltelefonen: Alle Vertragspartner sollen Rücknahmeprogramme entwickeln und Maßnahmen ergreifen, um die Öffentlichkeit darüber zu unterrichten. Außerdem sollen sie bis 2015 ihre Sammelraten um 20 Prozent erhöhen und vermehrt Recyclingmaterialien in der Produktion verwenden.

Handy-Rücknahme-Aktionen bei Cosmote.

Auch im Berichtszeitraum haben sich die Unternehmen der Cosmote-Gruppe für den Schutz der Umwelt und von Ressourcen eingesetzt. So hat die Cosmote Romania zwischen Juli und Dezember 2011 eine Handy-Recyclingkampagne gestartet. Landesweit wurden 27 000 Flyer verteilt und Poster in den Shops aufgehängt, gesammelt wurden insgesamt 123 Kilo Altgeräte und Zubehör.

Cosmote Greece hat 2011 „Join Us in Recycling“, das interne Rücknahmeprogramm der Cosmote und Germanos für Handys und Zubehör, Gerätebatterien sowie Druckerpatronen erfolgreich fortgesetzt: Gut 8 ,Tonnen gebrauchte Handys und Zubehör sowie knapp 45 Tonnen ausgediente Gerätebatterien wurden der Wiederverwertung zugeführt. Knapp 1 100 Druckerpatronen wurden bis Ende 2011 umweltschonend entsorgt. Begleitet wurde die Sammelaktion von einer breit angelegten Kommunikationskampagne.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Entwicklung einer konzernweiten Waste-Strategie	Ziel erreicht. • Koordination der internationalen Handy-Takeback-Aktivitäten (Life-Cycle-Management) • Erprobung eines zertifizierbaren Prozesses der Handy-Rücknahme inklusive Datenlöschung zur Steigerung der Wiederverwendungsquote (ReUse) • Rücknahme von einer Million Handys bis Ende 2011 in Deutschland und umfangreiche Medienpräsenz erzielt

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Verbraucherschutz.

Die Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) bieten dem Verbraucher vielfältige Vorteile, bergen jedoch auch Risiken. Von der Sicherheit persönlicher Daten über eine transparente Preisgestaltung bis zum Schutz von Kindern vor ungeeigneten Inhalten: Der Schutz ihrer Kunden ist für die Telekom ein wesentlicher Bestandteil ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Wir wollen unseren Kunden eine sichere und vertrauenswürdige Nutzungsumgebung bieten und setzen dafür hohe Standards an. Mit diesem Bestreben gelingt es uns, neue – auch sensible – Dienste wie mobiles Bezahlen erfolgreich zu vermarkten.

Insbesondere Kindern und Jugendlichen wollen wir einen sicheren Umgang mit digitalen Medien ermöglichen. Dafür stärken wir deren eigene Medienkompetenz und bieten zusätzlich Eltern beispielsweise in Deutschland mit spezieller Kinderschutz Software effektive Instrumente an, um eine altersgerechte Nutzung des Internets sicherzustellen.

Initiative zur Internet-Sicherheit bei OTE und Cosmote.

Im Rahmen einer 2011 gestarteten Informationskampagne klärt die griechische Landesgesellschaft OTE landesweit Verbraucher und Mitarbeiter über das Thema Internet-Sicherheit auf. Die Kampagne, mit der die OTE eine landesweit führende Position beim Thema Internet-Sicherheit anstrebt, wird 2012 fortgesetzt. Angeboten werden Beratungen zum Thema Internet-Sicherheit und Informationsveranstaltungen für Schüler, Eltern, Lehrer und die Öffentlichkeit. Hierbei kooperiert die OTE mit der Abteilung Jugendgesundheit der zweiten Pädiatrischen Klinik der Universität in Athen am Pedon P. & A. Kiriakou Hospital. 2011 führte die OTE landesweit Informationsveranstaltungen durch, wie beispielsweise im OTE Museum für Telekommunikation in Athen. Mehr als 750 Schüler und 100 Erwachsene nahmen daran teil. Bereits im zweiten Jahr wurden 2011 die Beschäftigten der OTE und ihre Familien in Informationsveranstaltungen zum Thema Internet-Sicherheit geschult.

Außerdem beteiligt sich die OTE an zahlreichen Initiativen: Sie unterstützt das EU-Programm für Sicherheit im Internet www.safeinternet.gr, indem sie der Abteilung Jugendgesundheit die Infrastruktur und den technischen Support für den Betrieb einer kostenlosen Hilfe-Hotline für Jugendliche mit Internet-Sucht bereitstellt. Zudem ist die OTE Mitglied der Nonprofit-Organisation Safenet. Diese treibt ein Regulierungsverfahren für die sichere Nutzung des Internets und den Schutz von Kindern vor unangemessenen Inhalten voran. Safenet unterstützt auch ein im Juli 2011 gestartetes landesweites Aufklärungsprogramm des Ministeriums für Bürgerschutz und Internet-Kriminalität.

Mit dem seit 2009 angebotenen Software-Paket „Online Security“ hat die OTE zudem ein wirksames Instrument zum integrierten Schutz von E-Mail-Programmen und Computern entwickelt. Es kombiniert Firewalls mit Anti-Virus-, Anti-Spam- und elterlichen Kontrollprogrammen. Auch auf den Kundenservice-Seiten ihres Online-Auftritts bietet die OTE Ratschläge zu Sicherheitsthemen an.

In einer als Produktbeigabe verteilten Broschüre gibt die OTE zudem Eltern praxisnahe Tipps zum sicheren Umgang mit dem Internet. Zwischen 2010 und Anfang 2012 wurden mehr als 150 000 Broschüren verteilt.

Dienste und Kampagnen bei der Cosmote-Gruppe.

Die Cosmote-Gruppe mit ihren Gesellschaften Cosmote Greece, Cosmote Romania, der bulgarischen Globul und der albanischen AMC konzentriert sich in ihrem Vorgehen zum sicheren Umgang mit mobilen Diensten auf

drei Gebiete:

- Teilnahme an europäischen Initiativen zur Selbstregulierung und Selbstverpflichtung. So unterstützen zum Beispiel alle Mobilfunk-Tochtergesellschaften in der EU das Europäische Rahmenwerk für die sichere mobile Nutzung durch Kinder und Jugendliche für sicheren Umgang mit dem Internet.
- Zusammenarbeit mit den nationalen Zentren für Sicherheit im Internet und dem pan-europäischen Zentrum Insafe (alle Tochtergesellschaften außer der AMC).
- Entwicklung von Diensten zur Unterstützung elterlicher Kontrolle der Internet-Nutzung (alle Tochtergesellschaften).

Im März 2011 führte Cosmote Romania online und in ihren Shops eine Informationskampagne zum Thema Internet-Sicherheit durch. Im April wurde Globul offizieller Partner der vom nationalen Zentrum für Sicherheit im Internet und einer Elternvereinigung initiierten ersten bulgarischen Hilfs-Hotline zu diesem Thema. Diese richtet sich an Kinder, Eltern und Lehrer. Globul räumt den Anrufern einen Vorzugspreis von 7 Cent pro Anruf ein, ungeachtet der Länge des Gesprächs.

Produktpaket zur Kindersicherheit bei Slovak Telekom.

Als Reaktion auf die Ergebnisse einer Studie der Organisation eSlovensko aus dem Jahr 2009 brachte die Slovak Telekom im Jahr 2011 eine neue Produktpalette zur Kindersicherheit auf den Markt. Die Studie hatte ergeben, dass 27 Prozent der Eltern in der Slowakei kein Interesse daran haben, was ihre Kinder im Internet tun. 64 Prozent der Kinder gaben an, dass es in ihrer Familie keine Regeln für den Umgang mit dem Internet gibt.

Im März 2011 führte Slovak Telekom daher als erste slowakische Telefongesellschaft eine Prepaid-SIM-Karte ein, die Eltern Kontrollmöglichkeiten über den Smartphone-Umgang ihrer Kinder einräumt. Mithilfe der Karte werden sämtliche unangebrachten Inhalte und Dienste auf den Portalen der Slovak Telekom und den Seiten der Partnerplattformen blockiert. Im August 2011 brachte die Slovak Telekom eine entsprechende Kinderschutz Software für den Internet-Zugang über Festnetz- und mobile Breitband-Verbindungen auf den Markt und im Oktober integrierte sie weitere Anwendungen in die Prepaidkarte, wie zum Beispiel eine SMS-Benachrichtigung an die Eltern, wenn das Guthaben des Kindes unter 50 Cent fällt.

Mobiles Bezahlen ohne Abo- und Kostenfallen.

Zum Schutz unserer Kunden und zur Steigerung des Kundenvertrauens in mobiles Bezahlen haben die vier deutschen Mobilfunk-Netzbetreiber im August 2011 das „Kompetenzzentrum Mehrwertdienste“ etabliert. Damit sollen hohe Standards in Sicherheit und Transparenz von mobilen digitalen Mehrwertdiensten sichergestellt werden. Ein neuer Qualitätsstandard für die webbasierte Online-Abrechnung von bezahlpflichtigen Abo-Diensten wie Klingeltönen, Spielen und Gewinnspielen wurde im Januar 2012 begründet.

Ab Mitte 2012 können Kunden zudem unter <http://www.mehrwertdienstekompetenz.de/20.html> auch selbst Kurzwahlnummern prüfen und Informationen zum jeweiligen Anbieter erhalten. So erhalten sie mehr Transparenz über die von ihnen genutzten Dienste. Weitere Maßnahmen zur mobilen Internet-Nutzung sind in Arbeit.

Immer wieder schließen Kunden ungewollt im Internet Abonnementverträge ab, die über die Mobilfunk-Rechnung abgerechnet werden. Preise und Folgekosten werden dabei bisher nicht immer klar genug angegeben.

Das Kompetenzzentrum Mehrwertdienste konzentriert sich daher vor allem auf die Entwicklung und Etablierung

einer einheitlichen Bezahlmaske. Sie verpflichtet alle Anbieter solcher webbasierten Dienste, wesentliche Informationen wie Preise, eventuelle Abonnementlaufzeiten und Kündigungsfristen mit doppelter Bestätigung transparent anzugeben. Für diese Kooperation, die im ersten Halbjahr 2011 voll ausgebaut werden soll, haben die beteiligten Unternehmen viel Lob seitens der Politik und von Verbraucherschützern erhalten.

EU-weit zum Festpreis telefonieren und surfen.

Insbesondere das mobile Surfen im Ausland ist für viele Kunden oft unerwartet kostspielig geworden. Daher haben wir am 1. Juli 2011 mit Travel & Surf in nahezu allen europäischen Landesgesellschaften ein komplett neu entwickeltes Data-Roaming-Modell eingeführt. Es bietet EU-weit einheitlich günstige Tarife für das grenzüberschreitende mobile Telefonieren und Surfen und kann einfach per SMS  oder über das Internet gebucht werden. Schon bei der Einreise ins Zielland werden die Kunden per SMS  und auf der Landing Page beim Öffnen ihres Browsers über den Tarif informiert und zur Buchung aufgefordert. Anschließend können sie sich fortlaufend per Internet oder SMS  über die anfallenden Kosten informieren.

CR-Bericht des Vorjahres

Kundenfreundliche Datenschutzstandards.

Auch 2011 hat sich die Deutsche Telekom aktiv an der „Mobile Privacy Initiative“ (MPI) zur Entwicklung von kundenfreundlichen Datenschutzstandards beteiligt. Nach der Veröffentlichung der „Privacy Principles“ im Januar 2011 sollte im Frühjahr eine erste Richtlinie für die Entwicklung von mobilen Anwendungen erscheinen. Dieser Termin verschob sich jedoch aufgrund der unterschiedlichen Interessen der beteiligten Unternehmen auf Februar 2012. Die neue Richtlinie umfasst alle wichtigen Datenschutzthemen und stellt sicher, dass Datenschutzaspekte bereits bei der Entwicklung von Software-Applikationen (sogenannten Apps) berücksichtigt werden. Sie verbessert die Transparenz, erhöht die Wahlmöglichkeiten für die Nutzer und gewährleistet eine genaue Kontrolle der persönlichen Informationen, auf die die jeweilige App  zugreift. Wie die anderen europäischen Mobilfunk-Betreiber setzt auch die Telekom diese Richtlinie schrittweise in Europa um. Die Einhaltung der Vorschriften wird dabei im Rahmen der Produktabnahme überprüft. Weitere Themen sind bereits in Planung, auch daran wird sich die Telekom aktiv beteiligen.

CR-Bericht des Vorjahres

Die im Januar 2011 offiziell gegründete „Mobile Privacy Initiative“ (MPI) wurde vom weltweit größten Mobilfunk-Verband mit mehr als 800 Mobilfunk-Anbietern, der GSM Association (GSMA), initiiert. Ziel der MPI ist die Entwicklung von kundenfreundlichen Datenschutzstandards für internet- und multifunktionsfähige Handys, sogenannte Smartphones. Die Wertschöpfungskette im Mobilfunk umfasst unterschiedliche, häufig über die Welt verteilte Anbieter von Endgeräten, die darauf laufenden Betriebssysteme, Telekommunikationsdienste, Software-Programme (Apps) und Online-Dienste. Ziel ist die Etablierung kundenfreundlicher Standards, die von Produktentwicklern von Anfang an in den Produkten berücksichtigt werden.

Beispiele für Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes zum Verbraucherschutz.

**Auf einen Blick:
Beispiele zu Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes zum Verbraucherschutz.**

Datenschutz-Kodex für Geodatendienste mit Bitkom	Telekom Deutschland
Maßnahmen zur spezifischen Preiskontrolle in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen § 13 (3)	T-Mobile Austria
General Recommendations for the Provisioning of Audiotex Services	T-Mobile Czech Republic
General Rules of Provision of Premium Services (Premium SMS  , Premium MMS)	T-Mobile Czech Republic
Verhaltenskodex Premium SMS/Mobile Dienste und webbasierte Dienste	Telekom Deutschland (Mobilfunk)
Mobile Privacy Initiative der GSMA	Deutsche Telekom
Code of Conduct for Value Added Services Provided through Mobile Phones and for the Protection of Minor Users	Cosmote Greece
Bill Limit Service	T-HT Hrvatski Telekom
Code of Conduct – Mobile Premium Services	Magyar Telekom (Mobilfunk)
Code of Ethics for Premium Rate Services	Magyar Telekom (Mobilfunk)
Anti Spam  Policy	T-Mobile Macedonia
SMS  Service Provision Code of Conduct	T-Mobile Netherlands
General Rules for Providing SMS  Services for Not-branded Projects	Slovak Telekom (Mobilfunk)
Cellular Telecommunications & Internet Association's (CTIA) Wireless Consumer Checklist	T-Mobile USA
Cellular Telecommunications & Internet Association's (CTIA) Consumer Code for Wireless Service	T-Mobile USA

Auszeichnung für die „eEtiquette“.

Im Oktober 2011 zeichnete die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) die eEtiquette aus und verlieh der dazu durchgeführten Telekom-Kampagne den Deutschen PR-Preis als kreativster und innovativster PR-Kampagne. Der Internationale Deutsche PR-Preis ist die höchste Auszeichnung der Branche im deutschsprachigen Raum.

Die von Usern für User entwickelten Leitlinien der eEtiquette sollen das Bewusstsein für den Umgang mit neuen Kommunikationsmedien schärfen. Dies geschieht über eingängig und humorvoll formulierte Leitlinien und Ratschläge. In der eEtiquette wird beispielsweise darauf hingewiesen, dass auf Facebook Daten nur ausgewählten Gruppen preisgegeben werden sollten. Außerdem können Nutzer auf einer eigenen Facebook-Seite und bei Twitter mitdiskutieren, die vorhandenen Leitlinien kommentieren und neue Vorschläge einbringen. Und das nicht nur in Ländern, in denen die Telekom vertreten ist, sondern beispielsweise auch in Russland oder Indien. Im Juni 2011 erschien bereits die zweite Auflage des eEtiquette-Buchs, in dem die von den Usern gewählten 101 wichtigsten Leitlinien veröffentlicht sind.

Jugendmedienschutz.

Für Kinder und Jugendliche gehört das Internet mittlerweile zum Lebensalltag. So waren einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest aus dem Jahr 2010 zufolge Jugendliche täglich durchschnittlich fast 140 Minuten online. Dabei gehen Heranwachsende zum Teil noch unbefangen mit den vielfältigen Möglichkeiten der neuen Technologien um.

Kinder und Jugendliche zu einem verantwortungsvollen Umgang mit den neuen Medien zu befähigen und sie bei der Nutzung moderner Kommunikationsmittel zu schützen, ist daher von essenzieller Bedeutung. Die Deutsche Telekom setzt dabei auf einen Dreisäulenansatz:

- **Attraktive und altersgerechte Angebote für Kinder bereitstellen:** Mit altersgerechten Websites und Inhalten, wie beispielsweise der Suchmaschine [fragFINN.de](#) oder in unserem seit 2004 bestehenden [Kidsportal](#), bieten wir Kindern und Jugendlichen spannende und attraktive Inhalte an.
- **Förderung der Medienkompetenz:** Wir fördern einen kompetenten und selbstbewussten Umgang mit Internet und Mobilfunk. Denn nur so können Kinder und Jugendliche lernen, Gefahren zu erkennen und Grenzen einzuhalten. Die Telekom arbeitet auch hier mit den verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Initiativen zusammen.
- **Angebot von nutzerautonomen Schutzinstrumenten:** Ein wesentlicher Baustein ist auch das Angebot geeigneter Schutzinstrumente. Mit unserer im Februar 2012 von der Kommission für den Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM) offiziell anerkannten Kinderschutz Software bietet die Telekom Deutschland bereits seit 2003 eine zuverlässige Lösung an. Insbesondere im Berichtszeitraum wurden signifikante technische Veränderungen an der Software vorgenommen, die sie noch zuverlässiger machen. So kann unter anderem die Altersklassifizierung von Internet-Seiten mit der Software erstmals ausgelesen werden.

Branchenweite Jugendschutzinitiative.

Gemeinsam mit 25 Unternehmen der europäischen Internet-Branche hat die Telekom im Januar 2012 die „Principles for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU“ erarbeitet. Die Selbstverpflichtung wurde im Rahmen der „ICT Coalition for a Safer Internet for Children and Young People“ erarbeitet, der Telekommunikationsunternehmen, Endgerätehersteller und Online-Dienste-Anbieter angehören. Erstmals verpflichtet sich somit eine breite Koalition entlang der gesamten Internet-Wertschöpfungskette auf einen gemeinsamen und langfristigen Rahmen zur Erhöhung des Jugendschutzes.

Zur Umsetzung der Selbstverpflichtung wird die Telekom bis Jahresende eine Reihe konkreter Maßnahmen in sechs unterschiedlichen Bereichen beschließen. Diese sind:

- Sicherheit von Inhalten
- Dienste zur Unterstützung elterlicher Kontrolle der Internet-Nutzung
- Maßnahmen gegen missbräuchliches Verhalten
- Bekämpfung der Darstellung von Kindesmissbrauch
- Schutz der Privatsphäre
- Aufklärung und Erziehung

Übergreifende Initiativen für Jugendschutz in Deutschland.

Um den Kinder- und Jugendschutz weiter voranzutreiben, ist ein Schulterschluss aller gesellschaftlichen Akteure unerlässlich. Deshalb setzt die Telekom auf Kooperationen mit Partnern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

Runder Tisch mit Bund und Ländern.

Seit 2009 nehmen wir am Multistakeholder-Dialog von Bund und Ländern zur Entwicklung des Jugendmedienschutz-Systems in Deutschland teil. Gemeinsames Ziel ist die Etablierung von einheitlichen Standards und Richtlinien sowie die Initiierung von Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen. Im Jahr 2011 wurde so unter anderem das FSM-Selbstklassifizierungstool entwickelt, an dem die Deutsche Telekom mitgearbeitet hat.

CR-Bericht des Vorjahres

Geschützter Surfraum „fragFINN“.

Auch 2011 unterstützte die Telekom den geschützten Surfraum fragFINN.de, der Kindern die Möglichkeit gibt, das Netz sicher zu erkunden, ohne dabei auf ungeeignete Inhalte zu stoßen. Die Suchmaschine wird seit 2007 als Beitrag der Wirtschaft zur Initiative „Ein Netz für Kinder“ der deutschen Bundesregierung bereitgestellt. Im November 2009 gründete die Deutsche Telekom gemeinsam mit anderen ICT-Unternehmen den Verein fragFINN e.V., durch den ein langfristiger Betrieb der kindgerechten Suchmaschine gewährleistet wird.

TV-Spot: Kindgerechtes Internet

CR-Bericht des Vorjahres

Jugendmedienschutz in Produktentwicklung integriert.

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor schädlichen Medieneinflüssen ist ein wichtiger Aspekt bei der Produktentwicklung der Deutschen Telekom. Seit Ende 2009 gelten konzernweit verbindliche Designprinzipien, die nach dem Prinzip „Be responsible“ die Berücksichtigung von Jugendschutzkriterien bereits in der Entwicklungsphase von Produkten vorschreiben.

Insbesondere im Jugendmedienschutz haben die Standards und Kennzeichnungen durch die Selbstkontrollereinrichtungen wie beispielsweise die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) eine wichtige Bedeutung. Sie geben Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen eine Orientierungshilfe. Gerade deshalb achtet die Deutsche Telekom darauf, dass die Altersempfehlungen der Selbstkontrollereinrichtungen auf allen von der Telekom angebotenen Distributionswegen und Internet-Seiten eingehalten werden.

Derzeit prüfen wir eine mögliche Klassifizierung der Inhalte unserer Websites nach dem neuen Klassifizierungsstandard der in Deutschland tätigen Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM).

Sicherheit im Internet durch Kinderschutz Software.

Als eines der beiden ersten Jugendschutzprogramme in Deutschland wurde die Kinderschutz Software der

Telekom im Februar 2012 von der Kommission für Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten offiziell als Jugendschutzprogramm anerkannt – knapp neun Jahre nach Inkrafttreten des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags (JMStV). Seit Ende März 2012 steht die anerkannte Version der Software für alle Festnetz-Kunden der Telekom zum kostenlosen Download zur Verfügung.

Kinder- und Jugendschutz bei OTE.

Die griechische OTE bietet seit 2009 im Rahmen ihrer breit angelegten Kampagne zur Internet-Sicherheit verschiedene Angebote zum Kinderschutz. Dazu zählen ein Sicherheitspaket mit Firewall, Anti-Viren-, Anti-Spam- und elterlicher Kontrollfunktion und eine Ratgeberrubrik auf der Kundenwebsite. Ergänzend bietet sie seit Ende 2010 spezielle Informationsveranstaltungen für Kinder zum Umgang mit dem Internet sowie Veranstaltungen für Jugendliche mit einem Fokus auf Sicherheitsthemen an. Diese Veranstaltungen finden alle zwei Monate im OTE Museum für Telekommunikation statt. Gemeinsam mit Jugendlichen setzt sie zudem ein Theaterstück zu diesem Thema um.

CR-Bericht des Vorjahres

Die Telekom Kinderschutz Software unterstützt Eltern dabei, den Internet-Gebrauch ihrer Kinder beispielsweise durch altersdifferenzierte Filter für Seiteninhalte und Zeitbeschränkungen zu steuern. In Abhängigkeit von der gewählten Alterseinstellung kann sie Websites, die mit einem speziellen Alterskennzeichen programmiert sind, blockieren. Damit erhalten Eltern ein zuverlässiges Instrument, um ihrer Erziehungsverantwortung noch besser gerecht zu werden.

Seit 2008 bieten wir zudem ein eigenes Service-Forum zur Kinderschutz Software im Bereich „Sicherheit im Netz“ an. Hier werden aktuelle Probleme und Verbesserungswünsche diskutiert und vom Telekom Team moderiert.

Initiativen und Kooperationen zum Schutz junger User.

Konzernweit tragen wir dem Medienschutz von Kindern und Jugendlichen Rechnung und unterstützen in unseren Märkten zahlreiche Projekte und Initiativen zum Kinder- und Jugendschutz. Unser grundlegender Ansatz berücksichtigt die nationalen Gesetzgebungen sowie landesspezifische gesellschaftliche Bedürfnisse. Ihre Schwerpunkte im Einsatz für einen besseren Jugendmedienschutz legen die Konzerngesellschaften individuell fest.

Effektiver Jugendmedienschutz bedarf einer intensiven Zusammenarbeit mit Stakeholdern. Im Rahmen zahlreicher Initiativen und Kooperationen haben wir auch im Berichtszeitraum auf einen besseren Schutz der Heranwachsenden hingearbeitet:

Auf einen Blick: Initiativen und Kooperationen zum Jugendmedienschutz und Internet-Sicherheit.	
Adolescent Health Unit (A.H.U.) of the Second Department of Pediatrics – University of Athens (P & A Kyriakou Children's Hospital)	OTE
Beirat des Projekts klicksafe.de	Telekom Deutschland
Deutschland sicher im Netz e.V.	Telekom Deutschland
fragFINN e.V.	Telekom Deutschland
Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM)	Telekom Deutschland
Greek Awareness Centre Saferinternet.gr	OTE Cosmote Greece
Jugend und Handy	Telekom Deutschland
Informationszentrum Mobilfunk e.V.	Telekom Deutschland
Internet Service Providers Austria	T-Mobile Austria
Kinder sicher im Netz (gemeinsam mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. und der Kriminalprävention der Polizei von Bund und Ländern)	Telekom Deutschland
ICT Coalition for a Safer Internet for Children and Young People ICTC	Deutsche Telekom
CEOCCEO Coalition to Make Internet a Better Place for Kids	Deutsche Telekom
Lokale Safer-Internet-Initiativen unter Schirmherrschaft der Europäischen Union	Telekom Deutschland T-Mobile Czech Republic PTC Slovak Telekom
Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content	Deutsche Telekom
Safenet	OTE
Stiftung Media Ridders	T-Mobile Netherlands
NGO e-Slovensko	Slovak Telekom
European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children	Deutsche Telekom
Teachtoday.eu in Großbritannien, Deutschland, Tschechien, Italien und Spanien	Deutsche Telekom
Unterstützung des Medienkompetenzwettbewerbs „ Wege ins Netz “ der Bundesregierung	Deutsche Telekom

Vorgehen gegen Kinderpornografie.

Ein rigoroses Vorgehen gegen die Darstellung von Kindesmissbrauch und dessen Dokumentation gehört zum Selbstverständnis der Deutschen Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen.

Um solche Inhalte aus dem Internet zu verbannen, arbeitet die Deutsche Telekom schon seit Längerem mit den Strafverfolgungsbehörden und den in diesem Feld engagierten NGOs in Deutschland und anderen Ländern eng zusammen.

Auf internationaler Ebene verpflichtet sich die Deutsche Telekom seit 2007 im Europäischen Rahmenwerk für die sichere mobile Nutzung durch Kinder und Jugendliche zu einer europaweiten Bekämpfung der Darstellung von Kindesmissbrauch. Seit 2008 engagiert sich die Deutsche Telekom zudem in der weltweiten Mobile Alliance gegen derartige Inhalte.

Kundenzufriedenheit.

Als einer der weltweit führenden ICT-Dienstleister haben wir das Potenzial und damit auch die Verantwortung, unseren Kunden einen nachhaltigen Konsum zu ermöglichen. Ihre Bedürfnisse und Meinungen zu berücksichtigen, gehört zu unserem Selbstverständnis als serviceorientiertes, verantwortungsvolles Unternehmen. Unseren Anspruch haben wir in den konzernweit gültigen Leitlinien verankert: Wir wollen unsere Kunden begeistern. In ihrem Sinne entwickeln wir innovative, nachhaltige Produkte mit hoher technischer Zuverlässigkeit und einfacher intuitiver Bedienung.

An all unseren Standorten messen wir die Kundenzufriedenheit in systematischen Befragungen durch den unabhängigen externen Dienstleister TNS-Infratest mittels TRI*M-Methodik. Die Ergebnisse integrieren wir in unsere Managementprozesse. Ein systematisches Beschwerdemanagement liefert uns außerdem wichtige Hinweise dafür, wo wir weitere Verbesserungsmaßnahmen ansetzen müssen.

TRI*M-Ergebnisse 2011: Steigerung der Kundenbindung.

Im Vergleich zur Vorjahresperiode wiesen die zum Jahresende 2011 erzielten Ergebnisse der TRI*M-Kundenbindungsstudie eine Steigerung der Kundenbindung von knapp 6 Prozent auf. Bis einschließlich 2015 wollen wir uns in Deutschland jährlich um 3,6 Prozent verbessern.

CR-Bericht des Vorjahres

Als Indikator für unseren Geschäftserfolg ist die Kundenzufriedenheit Gegenstand systematischer Befragungen und Managementprozesse an allen unseren Standorten weltweit. Konzernweit vergleichbare Daten erhalten wir über den standardisierten TRI*M-Index, mit dem wir viermal jährlich die Kundenbindung messen. Untersucht werden insbesondere

- die Beurteilung unserer Leistungsfähigkeit durch unsere Kunden,
- die Weiternutzungs- und Weiterempfehlungsabsicht und
- der Vorteil unserer Angebote im Wettbewerbsvergleich.

Die Ergebnisse werden in Form einer Kennzahl, des TRI*M Index, dargestellt.

TRI*M 2010 Programm zur Kundenbindung.

Anfang 2010 richteten wir das sogenannte Loyalty Forum ein. Aufgabe des bereichsübergreifenden Gremiums ist es, im Rahmen des „TRI*M 2010 Programms“ unterschiedliche Maßnahmen zur Kundenbindung zu entwickeln, zu implementieren und ihren Erfolg zu überprüfen. So erklärte beispielsweise der Bereich Corporate IT das Projekt Service-Orientierung im Jahr 2011 zu einem Top-5-Projekt, um die Zusammenarbeit mit den Kunden zu verbessern und die Service-Qualität zu steigern. Ab Mitte des Jahres fanden hierzu in Kooperation mit einer externen Unternehmensberatung Service-Werkstätten mit rund 100 Mitarbeitern statt.

Standardisierte Kundenbefragung bei T-Mobile Austria.

Seit 2011 lässt T-Mobile Austria Kunden, die im Shop oder über die Hotline Kontakt mit dem Unternehmen aufnehmen, am darauffolgenden Tag via SMS  über ihre Zufriedenheit befragen. 2011 verzeichnete T-Mobile Austria einen Rücklauf von 25 Prozent und erhielt so monatlich bis zu 10 000 Kundenrückmeldungen. Die Kunden bekommen insgesamt vier Fragen gestellt, in der letzten können sie Lob, Kritik und Verbesserungswünsche äußern. Diese Möglichkeit nutzten 70 Prozent der Teilnehmer.

Beschwerdemanagement & Kundenhilfe.

Der Dialog mit unseren Kunden gibt uns wichtige Rückmeldungen über unsere Leistungen. Insbesondere kritische Rückmeldungen geben uns wertvolle Hinweise darüber, wie wir uns verbessern können. Indem wir ihre Nachfragen und Beanstandungen systematisch auswerten, können wir die Ursachen erkennen und beheben – und so auf unser Ziel einer signifikanten Reduktion der Beschwerden hinarbeiten.

Um den Dialog zu fördern, wollen wir unseren Kunden ermöglichen, jederzeit schnell und unkompliziert über verschiedene Kommunikationskanäle mit uns in Kontakt zu treten. Eine zunehmend wichtige Rolle spielen dabei Online-Anfragen: Mehr als 40 Prozent aller Service-Anfragen an die Telekom Deutschland können heute bereits online gelöst werden. Über soziale Netzwerke konnten wir die Nutzung unseres Online-Services zusätzlich deutlich steigern: Sowohl über Twitter als auch über Facebook können sich unsere Kunden kostenlos, schnell und unbürokratisch beraten lassen.

Beschwerdezahlen 2011: Rückgang um 18 Prozent.

Im Vergleich zu Ende 2010 verzeichneten wir Ende 2011 in den Bereichen Festnetz und Mobilfunk 18 Prozent weniger Beschwerden und Nachfragen.

CR-Bericht des Vorjahres

2009 startete in Deutschland das Projekt Kontaktreduktion mit dem Ziel, Beschwerden und Nachfragen im Bereich Privatkunden Festnetz um 20 Prozent zu reduzieren. Diese erste Zielsetzung wurde kontinuierlich erweitert: Im Jahr 2010 wurde auch der Bereich Mobilfunk einbezogen, im Jahr 2011 erstreckte sich das Projekt ebenfalls auf den Bereich Geschäftskunden. In jedem Bereich wollen wir eine Senkung der Beschwerden und Nachfragen um 20 Prozent erreichen.

Alle Organisationseinheiten, die sowohl unmittelbaren als auch mittelbaren Einfluss auf Beschwerden haben, werden einbezogen – vom Vertrieb über Marketing, Produktmanagement, Prozessmanagement und Finanzen bis hin zur Technik.

Verbesserung der Zufriedenheit bei Geschäftskunden.

Die Telekom Deutschland sieht in der Steigerung der Zufriedenheit ihrer Geschäftskunden ein wichtiges Handlungsfeld. Als zentrale Voraussetzung hat sie 2011 ihr Beschwerdemanagement verbessert.

Ausgangspunkt waren unzureichende Zufriedenheitswerte aus dem vierten Quartal 2010. Um diese zu verbessern, starteten wir Anfang 2011 die bereichsübergreifende Initiative „Beschwerdemanagement VSE“. Ihr Ziel ist es, den Service im Beschwerdefall zu verbessern, unnötige Kundenkontakte zu vermeiden und somit die Kundenzufriedenheit dauerhaft zu steigern. Im Fokus standen vor allem die Zufriedenheitswerte bei kleineren und mittleren Geschäftskunden.

Seit dem Start der Maßnahmen im Januar 2011 ist die Kundenzufriedenheit bei Beschwerden im Vergleich zum Vorjahr konstant gestiegen. Anfang 2012 lag sie um bis zu 15 ACCI („After Call Customer Interview“)-Punkte höher als Ende 2010. Die Potenziale in der Beschwerdebearbeitung sind gleichwohl noch groß. Darum werden

wir 2012 im Rahmen der Initiative weitere Schritte einleiten. Beispielsweise starteten wir im Januar 2012 ein neues Marktforschungs-Tool, das erstmals relevante Geschäftsprozesse in allen Geschäftskundenbereichen der Telekom Deutschland laufend überwacht und anhand einheitlicher Kennzahlen bewertet.

Kommunikationstrainings für unsere Service-Mitarbeiter.

Vertrieb und Technischer Service nutzen gemeinsam das Informationssystem WINS. Es bietet allen Mitarbeitern mit Kundenkontakt die Möglichkeit, sich über den Stand des Service-Prozesses zu informieren. Außerdem wird durch die im System hinterlegten Informationen für den Kunden die Zahl der Nachfragen und Beschwerden reduziert. 2011 wurden über 10 000 Service-Mitarbeiter in WINS geschult. Hierbei war stets auch die Kundenkommunikation ein zentrales Thema.

WINS stellt unseren Mitarbeitern zielgruppengerecht aufbereitete Informationen bereichsübergreifend zur Verfügung. Es schafft so einen einheitlichen Wissensstand und gewährleistet eine verbindliche Kundenansprache unabhängig von dem jeweils genutzten Kommunikationskanal. In WINS finden die Mitarbeiter alle Informationen, die sie für ihre tägliche Arbeit benötigen, sortiert nach Wissensgebieten, wie zum Beispiel Verkaufen, Endgeräte, Tarife, Dienste, IV/Technik und weiteren Fachthemen. Die Inhalte sind einheitlich strukturiert und bieten dadurch einen hohen Wiedererkennungswert, sodass jede Aufgabe mit nur wenigen Klicks erfüllt werden kann.

Multimedia-Kompetenz im Kundenservice zusammengefasst.

Die wachsende Vielfalt an Kommunikations- und Unterhaltungsprodukten führt zu steigenden Anforderungen an die Kompetenz der Beratungskräfte im Kundenservice. Im November 2011 richtete die Telekom Deutschland hierfür ein übergreifendes Multimedia-Service-Team mit mehreren hundert Mitarbeitern ein.

In der neuen Struktur werden Online- und Festnetz-Beratung zusammengefasst, sodass Teams mit breitem Fachwissen die Kunden umfassend beraten können. Eine geringere Zahl an Weiterleitungen, eine bessere Erreichbarkeit und eine größere Flexibilität, um auf schwankende Arbeitsmengen zu reagieren, sind entscheidende Vorteile der neuen Struktur. Auch neue Produkte können so besser positioniert und ihre Einführung effektiver begleitet werden als zuvor.

„Telekom hilft“ auf Twitter – 17 810 Follower folgen.

Seit 5. Mai 2010 können sich unsere Kunden in Deutschland über das Informationsnetzwerk Twitter an den Kundenservice der Telekom wenden.

Bis Ende Februar 2012 haben wir über 66 110 Tweets versendet, denen mehr als mehr als 17 810 Follower folgen.

CR Bericht des Vorjahres

Unter „Telekom hilft“ beantworten Mitarbeiter der Telekom den Kunden Anliegen zu Service-Angeboten und Produkten – in jeweils nicht mehr als 140 Zeichen. Unsere Service-Mitarbeiter reagieren dabei nicht nur auf Anfragen, sondern suchen gezielt im Netz nach Tweets, die Fragen oder Probleme unserer Kunden signalisieren. Immer mehr Nutzer schätzen den unkomplizierten Kontakt und die persönliche Atmosphäre. Für eine persönliche Komponente und höhere Transparenz sorgt neben der Nennung des Namens auch ein Foto des jeweiligen Mitarbeiters. Außerdem können die Nutzer in älteren Beiträgen auf der Website gezielt nach

Hilfestellungen suchen.

In der Beratung der Kunden wird streng auf den Datenschutz geachtet: Sollte die Nennung personenbezogener Daten erforderlich sein, wird die Bearbeitung der Anfrage per E-Mail fortgeführt.

Über Twitter können wir unsere Kunden und Interessenten dort erreichen, wo sie täglich kommunizieren. Die Erfahrungen aus diesem Pilotprojekt nutzt die Telekom für weitere Projekte, um Vertrieb und Service im Bereich Social Media weiter zu etablieren.

„Telekom hilft“ auf Facebook.

Seit September 2010 gibt es im sozialen Netzwerk Facebook eine offizielle Fanpage der Telekom mit dem Titel „Telekom-hilft“. Diese Seite gefällt bereits über 29 170 Facebook-Nutzern (Stand Februar 2012).

CR-Bericht des Vorjahres

Ein Service-Team, bestehend aus zwölf Telekom-Mitarbeitern, steht den Facebook-Nutzern wochentags von acht Uhr morgens bis acht Uhr abends zur Verfügung. Die Nutzer können ihre Fragen und Anregungen an die Pinnwand schreiben oder sich direkt an die Mitarbeiter wenden, die über persönliche Profile mit Foto verfügen.

Forschung & Innovation.

Innovationen und die kontinuierliche Weiterentwicklung ihrer Produkte und Dienste sind für die Telekom entscheidende Faktoren auf dem Weg zum weltweit führenden Anbieter für Vernetztes Leben und Arbeiten. Wir wollen nicht nur auf dem neuesten Stand der Technik sein, sondern zukünftige Entwicklungen vorwegnehmen und mitprägen. Daher investieren wir in umfassende Forschungs- und Entwicklungsarbeit – insbesondere im Rahmen der Telekom Innovation Laboratories (T-Labs ^{TI}, ehemals Deutsche Telekom Laboratories). Zusätzlich engagieren wir uns bei der Finanzierung von Lehrstühlen und in Kooperation mit Universitäten für die Entwicklung zukunftsweisender Ideen.

Mit der Entwicklung intelligenter Netzlösungen in den Geschäftsfeldern Energie, Automobile und Gesundheit hat die Telekom im Berichtszeitraum neue Geschäftsfelder erschlossen. Insgesamt sollen diese drei Geschäftsfelder bis zum Jahr 2015 rund 1 Milliarde Euro Umsatz erwirtschaften. Insbesondere im Geschäftsfeld Gesundheit wollen wir mit innovativen Service-Leistungen bester Partner der Gesundheitswirtschaft werden.

Video: Vernetzung ist die Zukunft



Aufwand und Investitionen in Forschung und Entwicklung.

Zu unseren Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im engeren Sinne zählen produktvorbereitende Forschung und Entwicklung, wie zum Beispiel die Suche nach alternativen Produkten, Verfahren, Systemen oder Dienstleistungen. Nicht als Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen erfassen wir im Gegensatz dazu die Aufwendungen zur Entwicklung von System- und Anwender-Software mit dem Ziel der Produktivitätssteigerung.

2011 lag der Forschungs- und Entwicklungsaufwand für den Konzern mit 121 Millionen Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Die Deutsche Telekom AG trägt als Konzernmutter einen Teil der Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Konzern. Auch hier ist der Aufwand mit 48 Millionen Euro um 17 Millionen Euro niedriger als im Vorjahr. Die Investitionen des Konzerns in zu aktivierende, selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte haben sich im Vergleich zum Vorjahr um 39,8 Millionen Euro verringert. Diese Investitionen betreffen schwerpunktmäßig selbst erstellte Software, wobei der überwiegende Anteil auf unser operatives Segment Deutschland entfällt. Für alle Projekte und Aktivitäten, die zu neuen Produkten und deren effizienterem Angebot an Kunden führen, arbeiteten im Berichtsjahr wie im Vorjahr über 2 200 Mitarbeiter. Die für unsere ergebnisorientierte Forschung und Innovation zuständigen T-Labs ^{TI} beschäftigen überwiegend Wissenschaftler verschiedenster Fachrichtungen.

Auszeichnungen für Forscher der T-Labs.

Im Berichtszeitraum haben sich die Telekom Innovation Laboratories (T-Labs ^{TI}) in fünf Bereichen, sogenannten

Innovationsfeldern, neu aufgestellt:

- Internet & Services
- Cross-domain Middleware
- IT & Cloud
- Convergent Networks & Infrastructure
- Emerging Ecosystems

Zwei unserer Forscher wurden im Berichtszeitraum für ihre besonderen Leistungen geehrt:

Im März 2011 wurde Professorin Anja Feldmann, Leiterin des T-Labs  Stiftungslehrstuhls „Internet Network Architectures“, mit dem Gottfried Wilhelm Leibniz-Preis ausgezeichnet. Der mit 2,5 Millionen Euro dotierte Preis, der von der Deutschen Forschungsgemeinschaft vergeben wird, ist einer der bedeutendsten deutschen Forschungspreise. Im Februar 2012 erhielt sie zudem den mit 40 000 Euro dotierten Berliner Wissenschaftspreis 2011 für herausragende Leistungen in Wissenschaft und Forschung. Die Preise würdigen ihre wegweisenden Forschungen zu einer verbesserten Architektur des Internets.

Professor Alexander Raake, Leiter des Fachgebiets „Assessment of IP-based Applications“ der T-Labs , erhielt 2011 den mit 10 000 Euro dotierten „Johann-Philipp-Reis-Preis“ für herausragende innovative Leistungen auf dem Gebiet der Nachrichtentechnik.

Die Telekom Innovation Laboratories (T-Labs ) sind die zentrale Forschungs- und Innovationseinheit der Deutschen Telekom. Ihr Auftrag ist es, in enger Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten der Telekom neue Impulse und Unterstützung bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Produkte, Dienste und Infrastrukturen für die Wachstumsfelder der Telekom zu liefern. An den Standorten in Berlin, Darmstadt, Bonn und Tel Aviv (Israel) sowie im Silicon Valley (USA) konzentrieren sich die T-Labs  auf mittelfristige Themen und Technologien zur aktuellen Differenzierung sowie auf die Gründung neuer Geschäfte.

Rund 360 Experten, Wissenschaftler verschiedenster Fachrichtungen aus mehr als 25 Ländern und junge Unternehmer arbeiten in den T-Labs  zusammen. Ergebnisse der Forschungs- und Innovationsarbeit der T-Labs  bilden die Grundlage für eine Vielzahl aktueller und zukünftiger Produkte und Dienste der Telekom. Darunter sind etwa Lösungen für das Bezahlen mit mobilen Endgeräten (Mobile Wallet), neue Funktionalitäten für das Internet-TV-Angebot Entertain oder Verfahren für die effektivere Nutzung von Glasfaserkabeln und Funkspektren. Mithilfe eines Netzwerks aus Start-ups in Deutschland, dem Silicon Valley und in Israel und haben die T-Labs  zudem mit Erfolg eine Reihe von Venture-Unternehmen ausgegliedert.

Seit ihrer Gründung im Jahr 2005 haben sie bereits rund 350 Patentanmeldungen und mehr als 2 000 Veröffentlichungen aufzuweisen. Als privatrechtlich organisierte wissenschaftliche Einrichtung an der Technischen Universität Berlin sind sie zudem eine weltweit anerkannte wissenschaftliche Institution.

Zentrale Themen der T-Labs.

Basierend auf den strategischen Bereichen der Telekom richtet sich die Forschungs- und Entwicklungsarbeit der T-Labs  auf sieben zentrale Themen:

- **Medien** – Interactive High-end Media: Die Entwicklung personalisierter und weltweit verfügbarer Mediendienstleistungen wie 3D-Fernsehen oder integrierte Mehrwertleistungen aus Unterhaltungselektronik, Anwendungen, Service-Plattformen und Netzkomponenten.
- **Kommunikation** – Future Communication: Die Entwicklung konvergenter und sicherer Kommunikationsdienstleistungen mit hohem Bedienkomfort, die von allen Geräten einen nahtlosen Zugang zu

allen Kommunikations- und Benachrichtigungsdiensten bieten.

- **Information** – Information Relevance: Verbesserung der individualisierten Service-Leistungen und Kundenempfehlungen durch intelligentes Datenmanagement.
- **Vernetzung** – Cross-domain Middleware: Entwicklung offener Kommunikationsplattformen für verschiedene Bereiche wie Heim, Gesundheit, Energie oder Verkehr als Basis für neue Dienste externer Anbieter.
- **Cloud** – Global Cloud: Konzeptualisierung und Entwicklung grundlegender IT-Tools, die Netzbetreibern neue Geschäftsfelder eröffnen. Dazu gehört eine Cloud-Service-Architektur, die eine Virtualisierung der IT-Infrastruktur und die Bereitstellung netzzentrierter Anwendungen und Dienstleistungen beinhaltet.
- **Infrastruktur** – Large-scale Infrastructure Optimization: Großräumige Infrastrukturverbesserung und in diesem Rahmen Entwicklung konvergenter Netzwerke für eine weltweit nutzbare, qualitativ hochwertige Breitbandkommunikation.
- **Breitband** – Broadband Access Evolution: Bereitstellung eines kostengünstigen drahtlosen mobilen Internet-Zugangs mit hoher Datenverarbeitungskapazität für integrierte Service-Lösungen.

Siebttes Telekom BarCamp.

Am 18. Mai 2011 fand in Darmstadt das siebte Telekom BarCamp statt, eine Veranstaltung von Mitarbeitern für Mitarbeiter, bei der sie sich in Dialogrunden und Workshops zu aktuellen Themen und Projekten austauschen. Im Mittelpunkt standen erneut die unterschiedlichen Möglichkeiten des Web 2.0, beispielsweise Open Processes oder Twittern und Bloggen. Fünf Sessions bearbeiteten jeweils fünf unterschiedliche Themen, insgesamt also 25 Fragestellungen.

CR-Bericht des Vorjahres

Seit rund zwei Jahren bietet die Telekom Deutschland allen Mitarbeitern regelmäßig die Möglichkeit, in sogenannten BarCamps über aktuelle Themen und Projekte im Unternehmen zu diskutieren und diese gemeinsam weiterzuentwickeln. Unter einem BarCamp wird eine Tagung verstanden, deren Verlauf und Inhalte durch die Teilnehmer während der Tagung bestimmt wird.

Smart Grid & Smart Metering.

Der Einsatz von Wind- und Solarenergie und die dezentrale Erzeugung stellen die Energieversorger vor große Herausforderungen: Die Wechselhaftigkeit von Wind und Sonne beeinflusst die Stromproduktion. Die Spannung im Netz muss jedoch stabil bleiben. Zudem produzieren immer mehr private Haushalte selbst Strom, beispielsweise über kleine Blockheizkraftwerke oder Photovoltaikanlagen. Um in diesem dezentralen Verteilnetz technisch und wirtschaftlich den Überblick zu behalten, muss die Energie mithilfe moderner ICT intelligent gemanagt werden. Es bedarf also eines „intelligenten“ Stromnetzes (Smart Grid).

Smart Grids helfen den Netzbetreibern, Angebot und Nachfrage aufeinander abzustimmen und die Spannung im Netz stabil zu halten. In diesen „intelligenten“ Netzen bilden die Verbraucher gemeinsam sozusagen virtuelle Kraftwerke, die je nach Bedarf kurzfristig herauf- oder herunterreguliert werden können.

Damit ein Smart Grid funktioniert, sind Millionen von Daten in Echtzeit notwendig, die darüber Aufschluss geben, wann und wo wie viel Strom gebraucht und produziert wird. Durch Smart Metering ⁱ wird die dafür notwendige Transparenz bereitgestellt. Bereits seit 2008 bieten wir in einem Pilotprojekt in der T-City gemeinsam mit den Technischen Werken Friedrichshafen einen Smart-Metering-Service an. In diesem Zusammenhang werden auch Smart-Grid-Lösungen zur ICT-basierten Integration von erneuerbaren Energien erprobt. Auch mit anderen Stadtwerken und den großen Energieversorgern führen wir verschiedene Projekte im Bereich Smart Metering ⁱ und Smart Grid durch. Ein Beispiel ist ein Projekt zum Erhalt der Netzstabilität bei der Einspeisung von Solarstrom in Kooperation mit dem Technologiekonzern ABB.

Video: Wie Smart Grid funktioniert

(Animation aus unserer CR-App ⁱ „We care“)



Video: Smart Metering ⁱ & Home Management, Lösungen der Telekom



Smart Grid und Green ICT bei T-Labs.

Die Telekom Innovation Laboratories (T-Labs ⁱ) sind der zentrale Forschungs- und Innovationsbereich der Deutschen Telekom. Sie beschäftigen sich in mehreren Forschungs- und Entwicklungsprojekten intensiv mit den Möglichkeiten der Energieeinsparung durch ICT. Dabei spielt neben Effizienzverbesserungen beim Betrieb von ICT das intelligente Zusammenspiel zwischen dem ICT-Netz und dem Energieversorgungsnetz eine

Schlüsselrolle bei der Entwicklung der sogenannten Smart Grids.

Flexible Energiesteuerung durch ICT.

In den ICT-Netzen ermöglichen Speicherelemente, den Energiebezug je nach Last flexibel zu gestalten. Weitere Flexibilisierungsmöglichkeiten liegen in der lastabhängigen Steuerung der Netzkomponenten. Hierzu muss die Transportleistung verschiedener Netzbereiche an die jeweils nachgefragte Menge an Datentransfers angepasst werden. Entscheidend ist, dass sich einzelne Komponenten flexibel abschalten lassen, ohne die Leistung des gesamten Netzes zu beeinträchtigen.

Durch die flexible Steuerung lässt sich nicht nur Energie einsparen. Perspektivisch besteht auch die Möglichkeit, durch die ICT-gestützte Modellierung der Stromnachfrage einen Beitrag zur Stabilisierung der Energieversorgungsnetze zu leisten.

Die Projekte „LOLA“ (Load-adaptive Networks & LANs) und „DESI“ (Durchgängig energiesensible IKT-Produktion) verfolgen dieses Ziel mit unterschiedlichen Schwerpunkten.

Smart Metering – intelligente Messsysteme für Zuhause.

Gemäß dem dritten EU Binnenmarktpaket aus dem Jahr 2009 sollen bis 2020 mindestens 80 Prozent der Kunden ihren Stromverbrauch mithilfe von Smart Metern transparent ablesen können. In Deutschland wurde 2011 im Rahmen der Novellierung des Energiewirtschaftsgesetzes festgeschrieben, dass bei einem Verbrauch von mehr als 6 000 kWh pro Jahr intelligente Messsysteme installiert sein müssen.

Dabei wurden hohe Datensicherheits- und Datenschutzanforderungen definiert, um Endkunden für Smart Metering  zu gewinnen und die sogenannte kritische Energieinfrastruktur zu schützen.

Die Smart-Metering-Plattform der Deutschen Telekom erfüllt diese Standards bereits. Mit der Anbindung von mehr als 90 Zählertypen von rund 20 verschiedenen Herstellern stellt die Telekom höchste Effizienz in der Zusammenarbeit der verschiedenen Systeme sicher und reduziert damit auch die Gesamtkosten der intelligenten Messsysteme.

Bereits seit 2008 bieten wir in einem Pilotprojekt in der T-City Friedrichshafen gemeinsam mit den Technischen Werken Friedrichshafen einen Smart-Metering-Service an, den wir kontinuierlich ausbauen. Die Smart-Metering-Plattform ermöglicht Wohnungseigentümern, Messstellenbetreibern, Vertriebsgesellschaften und Verteilnetzbetreibern, ihren Endkunden diesen Service kostengünstig anzubieten. Diese können so den eigenen Verbrauch besser kontrollieren und steuern. Gleichzeitig bietet die Deutsche Telekom in Kooperation mit Energieversorgern wie E.ON und der EnBW Lösungen für das intelligente und energieeffiziente Zuhause an: Sie liefert eine Basisplattform, mit der Energieversorger ihren Endkunden innovative Services anbieten können.

Intelligente Nutzung dezentraler Energiequellen.

Intelligente Messsysteme sind auch aus anderen Gründen ein wichtiger Baustein einer klimafreundlichen Energieversorgung: Sie liefern den Versorgern notwendige Verbrauchsdaten, um die Netzspannung an den tatsächlichen Verbrauch anzupassen und dezentrale Energiequellen, wie beispielsweise private Solaranlagen oder Blockheizkraftwerke, komplementär zu nutzen. Um die CO₂-Emissionen, die beim Betrieb der Smart-Metering-Plattform entstehen, zu kompensieren, investiert die Deutsche Telekom seit November 2009 in ein Biomasseprojekt in Brasilien.

Smart Meters in den Shops von T-Mobile Netherlands.

Im Dezember 2011 begann T-Mobile Netherlands, ihre Shops und ihr Mobilfunk-Netzwerk mit intelligenten

Stromzählern (Smart Meters) auszustatten, um regelmäßige Verbrauchsmessungen und eine bessere Steuerung des Energieverbrauchs zu ermöglichen. 2012 soll der Ausbau abgeschlossen sein.

Connected Car.

Neue Geschäftsmodelle und wirtschaftliche Anforderungen wie Effizienzsteigerung, die Einhaltung von Regularien, eine steigende Anzahl von Elektroautos und der Wunsch nach ganzheitlichen Mobilitätskonzepten machen die Vernetzung von Fahrer und Fahrzeug zu einem unaufhaltsamen Prozess. Diesen treibt die Telekom mit zahlreichen Innovationen aktiv voran.

Die durch neue ICT-Anwendungen gestiegene Transparenz führt zu Managementverbesserungen, die auch zu einer Senkung des Schadstoffausstoßes beitragen: So können Fahrzeuge besser ausgelastet und ihr Zustand laufend kontrolliert, Strecken flexibler geplant und CO₂-intensives Fahrverhalten aufgedeckt werden. Sicherheitsaspekte stehen bei allen Neuentwicklungen im Vordergrund.

Video: Car ICT



Konzerngeschäftsfeld Vernetztes Fahrzeug.

Damit das Internet und Online-Anwendungen auch während der Fahrt zur Verfügung stehen, verbindet die Telekom den Bordcomputer mit der Cloud. Zu den Übertragungskanälen gehören Mobilfunk-Technologien wie UMTS, HSDPA und GPRS.

Das Konzerngeschäftsfeld Vernetztes Fahrzeug der Deutschen Telekom konzentriert sich auf vier Märkte:

- **Autohersteller:** Markendifferenzierung und Kundenbindung in der Automobilindustrie erfolgen zunehmend durch Online-Services. Die Telekom entwickelt hierfür eine Endgeräte-unabhängige Plattform für Hersteller und Diensteanbieter.
- **Logistikdienstleister:** Die Optimierung von Auslastungen und die Vermeidung von Leerfahrten erfordern eine Verfolgung von Fahrzeugen und Waren in Echtzeit. Die Telekom integriert alle Akteure im Logistikverbund auf einer modernen Telematikplattform.
- **Flottenbetreiber:** Höhere Effizienz, Transparenz und verbesserte Ökobilanz durch Fahrzeug- und Fahrermanagement für gewerbliche Flotten. Gemeinsam mit MAN hat T-Systems eine Telematikanwendung entwickelt, die automatisch Fahrzeugdaten an die Einsatzzentrale und Werkstätten sendet.
- **Consumer:** Verkehrssichere Nutzung privater Kommunikation, sozialer Netzwerke und persönlicher Daten aus der Cloud.

Die Deutsche Telekom ist zudem Industriepartner auf dem Gebiet der Verkehrsforschung. So beteiligen wir uns beispielsweise am Projekt „Sichere Intelligente Mobilität – Testfeld Deutschland“ (simTD).

Internet im Auto via AutoLinQ und Connected Drive.

Über den Automobilzulieferer Continental bietet die Deutsche Telekom seit 2011 AutoLinQ an, einen vernetzten Cockpit-Computer, der den Zugriff aufs Internet vom Auto aus erlaubt. Kern ist ein Mediacenter im Netz, in dem alle Daten und Apps verwaltet werden. Diese können dann von überall abgerufen werden: mit dem Bordcomputer im Auto, mit dem Smartphone  oder vom PC aus. Diverse Internet-Dienste und individualisierbare Apps erlauben das mobile Arbeiten während der Fahrt und bieten Unterhaltung und Information. Um die Fahrsicherheit nicht zu beeinträchtigen, lässt sich das System per Knopfdruck bedienen und ist mit diversen Sonderfunktionen ausgestattet. So kann AutoLinQ E-Mails oder Kurznachrichten vorlesen und per Sprachsteuerung beantworten. Über ein Online-Telefonbuch können einzelne Teilnehmer direkt angerufen oder als Navigationsziel übernommen werden. Außerdem bietet das System verschiedene Möglichkeiten der Fernüberwachung und -steuerung. So kann der Halter jederzeit Reifendruck und Ölstand kontrollieren oder das Autodach schließen.

Connected Drive mit BMW.

Einen ähnlichen Service bietet die Deutsche Telekom seit Mitte 2010 in Kooperation mit dem Fahrzeughersteller BMW an. Connected Drive wird laufend erweitert und beinhaltet derzeit ein mitdenkendes Wartungssystem, erweiterte Verkehrsinfos, einen automatischen Notruf und Google-Dienste.

Telematikanwendung für Transportunternehmen.

Gemeinsam mit MAN hat T-Systems im Berichtszeitraum eine Telematikanwendung für Logistikdienstleister und Flottenbetreiber entwickelt, die auf der CeBIT  2012 erstmals vorgestellt werden soll. Sie erfasst alle relevanten Fahrzeugdaten, wertet sie aus und übermittelt sie an ein Portal. Darüber können die Betreiber unter anderem das Fahrverhalten ihrer Fahrer analysieren, den nächsten Wartungszeitpunkt bestimmen oder mit dem Fahrer kommunizieren. Mit der Be-Cool-App  werden aktuelle Fahr- und Sensordaten von Kühltransporten live überwacht und die Fahrer per Smartphone  alarmiert, wenn die Temperatur der Fracht ansteigt.

Eine weitere Anwendung ermöglicht Spediteuren, die gesamte Fahrzeugflotte in einer Darstellung im Auge zu behalten, unabhängig vom unterliegenden Telematiksystem. Neben den üblichen Positionsdatenanzeigen stehen hierbei insbesondere aktuelle Auftrags- und Frachtinformationen im Fokus.

Grüne Telematikanwendungen senken Schadstoffausstoß.

Verschiedene unabhängige Studien belegen, dass sich Treibstoffkosten und CO₂-Emissionen von Flottenbetreibern durch verschiedene Telematikanwendungen um rund 10 Prozent senken lassen. Die Telekom engagiert sich hier in unterschiedlichen Forschungs- und Innovationsprojekten:

Fahrzeug- und Fahrmanagementdienste.

Auf der Basis von Individuallösungen bietet die Telekom bereits seit Jahren verschiedene Fahrzeug- und Fahrmanagementdienste an, die umfassende Daten für eine Analyse von Fahrverhalten und Kraftstoffverbrauch liefern und so eine Optimierung dieser Parameter ermöglichen. Durch Echtzeitnavigation mit Meldefunktion lässt sich außerdem die Zahl der zurückgelegten Kilometer kontrollieren.

Echtzeitberechnung des CO₂-Ausstoßes.

In Kooperation mit der Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit und der Tongji-Universität in Schanghai arbeitet die Deutsche Telekom seit November 2010 an einer Möglichkeit zur Echtzeitberechnung des CO₂-Ausstoßes. Dabei messen Smartphone-Anwendungen die Beschleunigungs- und Bremsvorgänge sowie die Streckenprofile des zurückgelegten Fahrwegs und berechnen anhand dieser Parameter und der Verbrauchsangaben der Hersteller die CO₂-Emissionen. Die Tongji-Universität fügt die gemessenen Daten zu

einem aktuellen Lagebild zusammen, das sich Autofahrer auf dem Navigationsgerät anzeigen lassen können, um so ihre eigene Route entsprechend zu planen. Die Ergebnisse eines Pilotprojekts mit 50 Fahrzeugen wurden auf der Expo 2010 in Schanghai vorgestellt.

Bonus für CO₂-sparendes Fahrverhalten.

Im Projekt „Pay as you Pollute“ erforscht die Telekom in Kooperation mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) auf Basis dieser Smartphone-Anwendungen, inwieweit sich das Fahrverhalten durch eine CO₂-abhängige Gebühr für Innenstädte ändern lässt. In einem Pilotprojekt in China im Oktober 2010 wurden Autofahrer, die an Ampeln und im Stau weniger beschleunigten und damit weniger CO₂ ausstießen, mit Parkgutscheinen belohnt. Auch dieses Projekt wurde auf der Expo 2010 in Schanghai vorgestellt.

T-Mobile USA: Handy-Sicherheitsmodus während der Fahrt.

Einen speziellen Dienst, der Anrufe während der Fahrt unterdrückt, entwickelte T-Mobile USA mit DriveSmart im Jahr 2011: Sobald das Handy sich in einem fahrenden Fahrzeug befindet, sind die Funktionen für Telefonieren und SMS  sowie der Gebrauch von Apps eingeschränkt.

E-Health.

Für die Telekom ist der Gesundheitssektor ein strategisches Wachstumsfeld. Deshalb setzen wir uns in zahlreichen Pilotprojekten für den Aufbau einer modernen ICT-Infrastruktur im Gesundheitswesen ein. Ziel ist eine Vernetzung von Ärzten, Kliniken, Patienten und Krankenkassen, die zugleich höchsten Sicherheitsanforderungen entspricht. Dadurch tragen wir zu einer besseren medizinischen Versorgung bei und bieten insbesondere älteren und chronisch kranken Menschen eine wertvolle Unterstützung. Angesichts steigender Ausgaben im Gesundheitswesen sind innovative ICT-Lösungen auch ein wichtiges Instrument, um Kosten zu reduzieren.

Im Fokus unserer Strategie im Gesundheitswesen steht die Entwicklung neuer, mobilfunkbasierter Angebote. Diese können insbesondere körperlich eingeschränkten Patienten maßgeblich dabei helfen, ihren Alltag zu bewältigen und eine lückenlose medizinische Betreuung sicherstellen.

Nach erfolgreich umgesetzten, punktuellen Pilotprojekten sollen neue Mobilfunk-Angebote künftig schneller flächendeckend zum Einsatz kommen. Um diesem Ziel näherzukommen, setzen wir uns für einen einheitlichen Standard im Datenaustausch zwischen den IT-Systemen ein: den „Integrating the Healthcare Enterprise“(IHE)-Standard. Außerdem treiben wir den Ausbau eines flächendeckenden Breitbandnetzes als Basis für den Einsatz dieser neuen Lösungen voran.

Video: Gesundheit



Neue Netzwerktechnologien für den Gesundheitsmarkt.

Im November 2011 präsentierte die Deutsche Telekom auf der Medica in Düsseldorf, der wichtigsten Fachmesse für Medizintechnik, ihre neue Netzwerktechnologie „Ambient Assisted Living“ für die intelligente Vernetzung von Krankenhäusern, Ärzten und Patienten. Sie zeigte unter anderem vernetzte Notruf- und Alarmsysteme, Systeme für die telemedizinische Betreuung und seniorengerechte Tablet-PCs. Die neue Technologie ermöglicht Menschen, länger selbstständig zu Hause zu leben oder nach Klinikaufenthalten schneller entlassen zu werden.

Außerdem stellte die Deutsche Telekom ein Pilotprojekt zur ambulanten Palliativversorgung für unheilbar Kranke vor, das sie zusammen mit den Lahn-Dill-Kliniken und dem niederländischen IT-Unternehmen Portavita durchführt. Ziel ist die Entwicklung einer elektronischen Patientenakte, die via Tablet-PC von allen behandelnden Personen mobil eingesehen und aktualisiert werden kann. Durch die Vernetzung werden Abläufe beschleunigt und die Qualität der Behandlung wird verbessert. Oft ermöglicht sie erst eine Versorgung im gewohnten häuslichen Umfeld.

Die Telekom zeigte zudem, wie das handygroße EKG-Gerät „clue“ in nur zwei Minuten die Informationen zu den Herzfunktionen auswertet und ein persönliches Stresslevel anzeigt. So lässt sich zum Beispiel das Risiko für Herzerkrankungen oder Burn-out frühzeitig erkennen und verringern. Außerdem stellte die Telekom auf der

Messe ihre Medisana-Produkte vor, mit deren Hilfe Patienten selbst via Smartphone ⁱ den eigenen Blutdruck, den Blutzuckerspiegel oder die Herzfrequenz ermitteln und langfristig überwachen können.

Flächendeckendes Telemedizinnetz in Brandenburg.

Im September 2011 haben die Deutsche Telekom und das Unternehmen GETEMED in zwei Kliniken in Brandenburg Medizin- und Informationstechnik vernetzt und so das bundesweit erste flächendeckende Telemedizin-Netzwerk in Betrieb genommen. Das Carl-Thiem-Klinikum in Cottbus sowie das Städtische Klinikum Brandenburg werden in Zukunft gemeinsam mit niedergelassenen Hausärzten und Kardiologen bis zu 500 Hochrisikopatienten mit chronischer Herzschwäche telemedizinisch betreuen. Dafür erhalten die Patienten intelligent vernetzte und einfach zu bedienende diagnostische Endgeräte, mit denen regelmäßig Vitaldaten wie EKG, Sauerstoffsättigung und Blutdruck gemessen werden. Die ermittelten Werte werden automatisch in die elektronische Patientenakte im telemedizinischen Zentrum übertragen und dort rund um die Uhr von Ärzten überwacht. Das Großprojekt soll helfen, belastende Doppeluntersuchungen und teure Krankenhausaufenthalte zu vermeiden.

Video: Pilotprojekt Telemedizin



Mit dem iPad zur Visite.

In Kooperation mit der Berliner Charité entwickelt die Telekom derzeit einen digitalen Arbeitsplatz für Ärzte, der alle Patienteninformationen mobil auf einem Tablet-PC oder Notebook bündelt. Neue Befunde sollen in Sekundenschnelle darauf übertragen werden. So können Ärzte den Gesundheitszustand ihrer Patienten auch aus der Ferne laufend überwachen. Zunächst werden drei Themenfelder entwickelt:

- **Digitale Zweitmeinung und virtuelle Sprechstunde:** Dank der strukturierten elektronischen Informationen können auch neu hinzugezogene Spezialisten sich schnell ein Bild über den aktuellen Zustand des Patienten machen. So wird es einfacher, eine Zweitmeinung einzuholen. Auch eine gemeinsame Begutachtung per Video- oder Internet-Konferenz ist angedacht.
- **Digitale Visite:** Mobiler Zugriff auf die Patientenakte während der Visite.
- **Medizinische Fernbetreuung:** Nach einer stationären Behandlung werden die Patienten per Fernbetreuung nachbetreut. Sie messen zu Hause selbst ihre Vitaldaten und senden diese an den Arzt.

Cloud Computing im Gesundheitswesen prämiert.

Im Juni 2011 wurde T-Systems gemeinsam mit Projektpartnern als einer von zwölf Siegern im vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gestarteten Wettbewerb „Sicheres Cloud Computing ⁱ für Mittelstand und öffentlichen Sektor (Trusted Cloud)“ ausgezeichnet. Das Unternehmen erhielt die Auszeichnung gemeinsam mit seinen Partnern aus dem Projekt TRESOR (Trusted Ecosystem for Standardized & Open cloud-based Resources) für die Entwicklung von Lösungen für einen einfachen und sicheren Datenaustausch zwischen Ärzten, Kliniken und Krankenkassen.

Seit August 2011 bietet die Telekom gemeinsam mit dem Unternehmen Medisana Geräte zur mobilen Gesundheitsmessung in Deutschland an:

- [GlucoDock](#)
- CardioDock
- [ThermoDock](#)

Mit diesen Geräten können Vitalwerte wie Blutzucker, Blutdruck oder Temperatur auch von unterwegs gemessen werden. Eine kostenlose App  ermöglicht es, die Daten anschließend mit dem iPhone, iPad oder iPod auszulesen, zu bearbeiten und an den Arzt zu senden. Auch Eltern von Kindern mit Diabetes können sich so über weite Entfernungen schnell über die Gesundheit ihrer Kinder informieren. Die Messgeräte sind als Medizinprodukte zertifiziert.

Im Oktober 2011 hat die Telekom Deutschland mit der Körperanalysewaage [TargetScale](#) bereits ihr viertes Gesundheitsprodukt auf den Markt gebracht. Die Waage erfasst Gewicht, Body Mass Index (BMI), den Anteil an Körperfett und -Wasser sowie Muskel- und Knochenmasse und leitet die gemessenen Daten via Bluetooth an das Smartphone  weiter. Dort können sie gespeichert, ausgewertet und mit Kommentaren ergänzt werden.

App für Kunden mit Diabetes bei T-Mobile Netherlands.

Im Rahmen ihrer Partnerschaft mit dem Gesundheitsunternehmen Sanofi bietet T-Mobile Netherlands seit November 2011 die App  iBGStar an, mit der Diabetiker ihre Werte über das iPhone oder den iPod touch verwalten können. Die App  funktioniert auf Basis der Daten eines Messgeräts von Sanofi. Über- oder unterschreiten die gemessenen Werte den Normalbereich, können sie via E-Mail an einen Arzt gesendet werden.

Ein Einführungsvideo steht auf dem [Blog von T-Mobile Netherlands](#) zur Verfügung.

T-City.

Die Welt von morgen erlebbar machen – das ist das Ziel des T-City-Konzepts der Telekom. Mittlerweile setzen wir dieses in zwei Städten um: in Friedrichshafen am Bodensee und in Szolnok in Zentralungarn.

Hand in Hand mit Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft verwirklichen wir in diesen Zukunftswerkstätten unsere Ideen für ein zukünftiges Vernetztes Leben und Arbeiten. Wir greifen dabei die Anregungen von lokalen Initiativen, Vereinen und Bürgern auf, um gemeinsam nachhaltige und innovative Anwendungen für wesentliche Lebensbereiche zu entwickeln.

Installation von Smart Metern in der T-City Friedrichshafen.

Nach einer dreijährigen Testphase begann die Deutsche Telekom im März 2011 in Kooperation mit den Technischen Werken Friedrichshafen (TWF), elektronische Zähler (Smart Meter) für Strom, Gas und Wasser in alle Haushalte in der T-City einzubauen. In einem geplanten Projektzeitraum von fünf Jahren wird die Telekom die Infrastruktur installieren, die Verbrauchsdaten übertragen und für die TWF aufbereiten. In einer Roadshow präsentierte die Deutsche Telekom 2011 wichtige Ergebnisse aus dem Forschungsprojekt in drei großen Städten. In Frankfurt und Düsseldorf stellte sie die Anwendungsmöglichkeiten intelligenter Netze, beispielsweise in der Telemedizin vor, in Leipzig T-City Lösungen im Energiebereich.

Eine Übersicht über die verschiedenen Projekte in der T-City Friedrichshafen finden Sie [hier](#).

Seit dem Projektstart im Jahr 2007 wurden in der T-City Friedrichshafen rund 40 Projekte in folgenden sechs Themenfeldern umgesetzt:

- Lernen und Forschen
- Mobilität und Verkehr
- Tourismus und Kultur
- Bürger, Stadt und Staat
- Wirtschaft und Arbeit
- Gesundheit und Betreuung

Auf der [T-City Internet-Seite](#) werden diese Themenfelder und die darin umgesetzten Projekte ausführlich vorgestellt. Seit der Überarbeitung im Oktober 2010 bietet die Internet-Präsenz der T-City Friedrichshafen zudem neue, interaktive Social-Media-Anwendungen, beispielsweise sind Neuigkeiten und Informationen aus der T-City über eine [Twitter-Box](#) in Echtzeit abrufbar.

T-City Projekt „BIGkidscoach“.

In Kooperation mit dem Institut für Prävention und Nachsorge (IPN) und der Krankenkasse BIG direkt gesund hat die Deutsche Telekom 2010 das Projekt „[BIGkidscoach](#)“ in der T-City Friedrichshafen gestartet. Im Berichtszeitraum wurde die Online-Plattform [BIGkidscoach](#) weiterentwickelt.

In Deutschland gibt es immer mehr Kinder, die sich zu wenig bewegen und dadurch gesundheitliche wie motorische Defizite haben. Vor diesem Hintergrund wurde im Oktober 2010 in Friedrichshafen das neue T-City Projekt „BIGkidscoach“ gestartet. Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 18 Jahren sollen durch verschiedene Online-Tools unter www.bigkidscoach.de zu mehr Bewegung und einer gesünderen Ernährung motiviert werden.

Die Internet-Plattform entstand in Kooperation mit der Krankenkasse BIG direkt gesund und dem Institut für Prävention und Nachsorge GmbH (IPN). Kinder und Jugendliche können dort anhand eines Fitness-Checks ihr aktuelles Bewegungsverhalten analysieren. Darauf aufbauend wird ein individueller Trainingsplan entwickelt, bei dessen Umsetzung ein 3D-animierter Trainer die Kinder unterstützt. Auf einem Fitnessprofil werden die Fortschritte dokumentiert und grafisch ausgewertet. Ergänzend erhalten die Kinder Tipps für eine gesunde Ernährung. Auch Lehrer und Trainer können das breite Angebot an Tests und Übungen für ihre Arbeit mit Heranwachsenden nutzen.

T-City Szolnok.

Seit 2009 läuft das langfristige Entwicklungsprojekt der Telekom in Kooperation mit der ungarischen Stadt Szolnok. 2011 wurden in diesem Rahmen zahlreiche neue Projekte initiiert, einschließlich der folgenden:

- Live-Übertragung von sportlichen und kulturellen Veranstaltungen: Mithilfe von vier IP-basierten Kameras werden sportliche und kulturelle Veranstaltungen aus der Szolnoker Sportarena live ins Internet übertragen und dort vorgehalten.
- RFID-basiertes Zugangssystem für Schulen: Anfang 2009 startete die Telekom den Testlauf eines Radio-Frequency-Identification(RFID)-Systems an einer Szolnoker Grundschule. Mithilfe einer elektronischen Kennung wird automatisch registriert, wann die Schüler das Schulgelände betreten beziehungsweise verlassen. 2010 und 2011 wurde die Systemsicherheit weiter verbessert und um neue Anwendungen – ein Schulportal mit Informationssystem und ein E-Lunch-Ticket – erweitert.
- Städtisches Überwachungssystem: Das technische Zubehör für das System eNOTO zur Überwachung der Straßen wurde installiert. Das System kann wesentlich zur öffentlichen Sicherheit und zum subjektiven Sicherheitsempfinden der Bevölkerung beitragen. Es ist automatisch rund um die Uhr einsatzfähig und imstande, Automobilkennzeichen aus allen Richtungen zu identifizieren.
- Virtueller Reiseführer: Ein iPhone- und Android-kompatibler Basisdienst mit GPS-Funktion zeigt Kunden alle relevanten Informationen bequem und attraktiv an.
- Optimiertes Energiemanagement: Das Projekt zur Optimierung des Energiemanagementsystems bietet eine Reihe von Service-Anwendungen zur Reduktion der Energiekosten: Hierzu gehören ein Lastmanagementsystem für Gebäude und Gebäudeteile sowie die Umsetzung von Energiesparmaßnahmen, die von einem Expertenteam entwickelt wurden.
- Intelligente City Card: Ziel des Projekts ist es, kommunale Dienstleistungen schrittweise zum Nutzen aller Beteiligten weiterzuentwickeln. Bei der intelligenten City Card handelt es sich um personalisierte Karten, die für elektronische Buchungsverfahren, City-Card-Funktionen, das Sammeln von Treuepunkten, als Zutrittslegitimation sowie für digitale Signaturen einsetzbar sind.
- Medienkompetenz für Menschen aller Altersstufen verbessern: Um die digitale Kluft in der Gesellschaft zu überbrücken, bietet die Magyar Telekom den Bewohnern von Szolnok zwei kostenfreie Programme an. Hauptziel ist es, Kinder und ältere Menschen an die Informationstechnologie heranzuführen und ihnen zu

vermitteln, wie sie das Internet nutzen können.

CR-Bericht des Vorjahres

Gesellschaft.



Handelt es sich bei dem gesellschaftlichen Engagement der Telekom nicht nur um ein Feigenblatt, um das Image des Konzerns aufzupolieren?

Mehr erfahren

Gesellschaft.

Neben der Bereitstellung der notwendigen ICT-Infrastruktur trägt die Telekom durch ihr vielfältiges gesellschaftliches Engagement dazu bei, möglichst vielen Menschen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft zu ermöglichen. Unter dem Leitsatz „Wir leben Verantwortung“ setzen wir uns in zahlreichen eigenen Initiativen ebenso wie als Unterstützer gemeinnütziger Organisationen für unser gesellschaftliches Umfeld ein. Einen wichtigen Impuls gab 2011 die Einrichtung der Plattform engagement@telekom für die Vernetzung mit sozialen Organisationen und Initiativen.

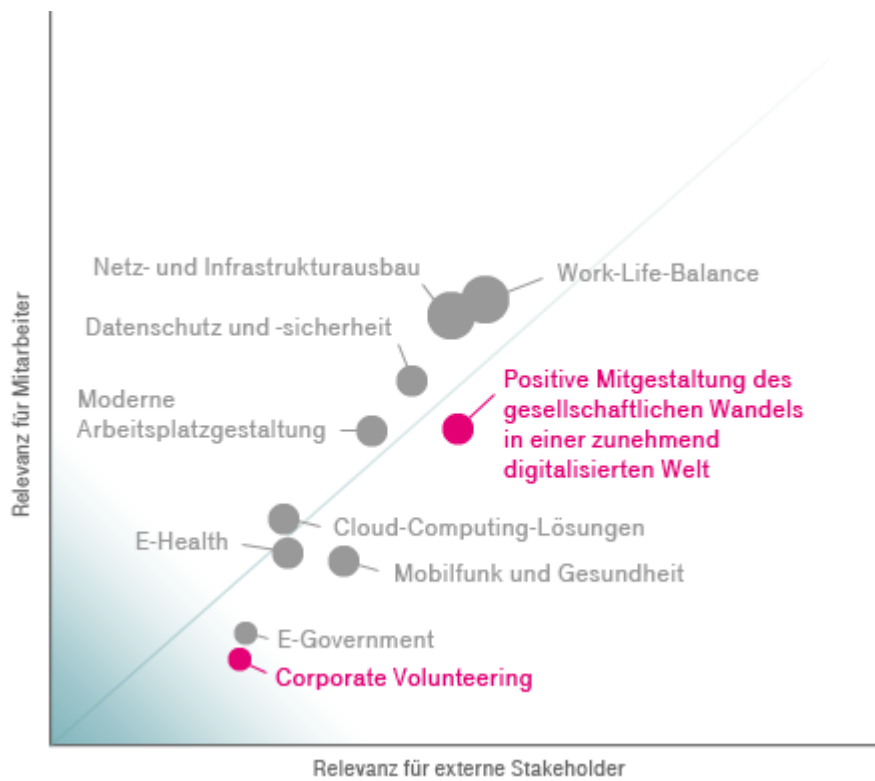
Es ist für die Telekom eine ethische Pflicht, als Teil der Zivilgesellschaft Verantwortung für ihr soziales Umfeld zu übernehmen.

Wie kann vor dem Hintergrund überschuldeter öffentlicher Haushalte der Sozialstaat aufrecht erhalten werden? Welche Verantwortung tragen Politik, Unternehmen aber auch jeder Einzelne?



Ein Beitrag von Birgit Klesper, Leiterin Group Transformational Change & Corporate Responsibility Deutsche Telekom.

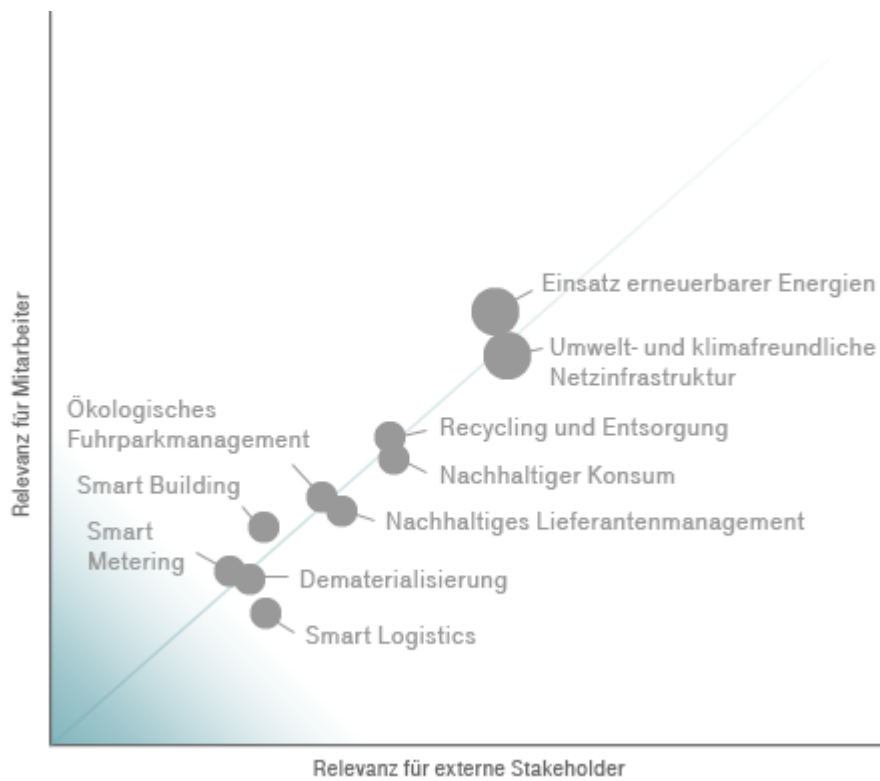
Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“



Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“



Handlungsfeld „Klimaschutz“



Die Matrizen bilden die Ergebnisse unserer 2012 durchgeführten Stakeholder-Befragung ab. Mit der Befragung ermitteln wir die Relevanz, die unsere internen und externen Anspruchsgruppen den verschiedenen Themen unserer CR-Handlungsfelder beimessen. Weitere Informationen zur Stakeholder-Befragung finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

engagement@telekom.

engagement@telekom: Dies ist unser Bekenntnis zu einer umfassenden Unterstützung gesellschaftlicher Belange – sowohl unternehmensseitig als auch mithilfe des ehrenamtlichen Einsatzes unserer Mitarbeiter. Übergreifend lässt sich „engagement@telekom“ drei Ebenen zuordnen:

- Corporate Volunteering und Corporate Giving
- Partnerschaftliches Engagement
- Katastrophenhilfe

Inhaltlicher Schwerpunkt der Aktivitäten unter dem Dach von engagement@telekom im Berichtszeitraum waren die Themen Corporate Giving und Corporate Volunteering. Die im Frühjahr 2012 gestarteten Aktivitäten im Bereich Medienkompetenz werden im kommenden Berichtszeitraum einen Schwerpunkt im Rahmen von engagement@telekom bilden.

Internationale Ausweitung.

Das Ziel der Telekom ist es, zukünftig auch ihr internationales Engagement unter dem Dach von engagement@telekom zu bündeln. Hierzu diskutierten im Berichtszeitraum die CR-Manager der Landesgesellschaften über Anknüpfungspunkte und nächste Schritte. Erste Initiativen unter dem gemeinsamen Dach wurden zum Internationalen Tag des Ehrenamts 2011 am 5. Dezember durch Aktivitäten in den Landesgesellschaften gestartet, beispielsweise in Österreich und Polen. Mit der Partnerorganisation DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei wurde eine erste internationale Kooperationen mit PTC in Polen begonnen.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
engagement@telekom: Ausbau des Corporate-Volunteering-Programms	Umsetzung läuft. • Launch Datenbank für Projekte und Themen: Ziel erreicht • Ausbau Corporate Giving  • Freiwilliger Einsatz von 1 000 Mitarbeitern im Jahr 2011 geplant, Ziel erreicht: 2011 mehr als 3 500 Volunteers. • Sukzessiver Ausbau ehrenamtliches Engagement auf 5 000 Mitarbeiter im Jahr 2015 • Corporate-Volunteering-Projekte in zehn Ländern: Ziel erreicht • Kooperation mit Telekom Stiftung: Ziel erreicht • Auszeichnung des Programms: European Communications Award für engagement@telekom • Präsentation von engagement@telekom sowie Ich kann was! beim BBE

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Corporate Volunteering & Corporate Giving.

Die Telekom möchte mit ihrem Engagement einen gesellschaftlichen Mehrwert schaffen. Hierzu unterstützen wir im Rahmen unserer CR-Handlungsfelder verschiedene Organisationen und Projekte. Auch viele Mitarbeiter der Telekom leisten ihren ganz persönlichen Beitrag für die Gesellschaft und füllen damit die CR-Strategie des Unternehmens mit Leben. Wir unterstützen unsere Beschäftigten darin, ihre ehrenamtlichen Aktivitäten mit dem Beruf zu vereinbaren.

Die positiven Effekte des gemeinsamen Engagements unserer Beschäftigten – wie die Erweiterung der sozialen Kompetenz und die Stärkung des Teamgedankens – nutzen wir gezielt in der Personalentwicklung. Zudem engagieren wir uns weltweit mit Unternehmensspenden (Corporate Giving ¹), um die Arbeit gemeinnütziger Organisationen zu ermöglichen oder in Katastrophensituationen schnelle Hilfe zu leisten. Oftmals bieten wir unseren Mitarbeitern die Gelegenheit, über den Spendenzweck mitzuentcheiden.

Corporate Volunteering-Programm in Deutschland.

Im Herbst 2010 führte die Telekom in Deutschland unter dem Dach von [engagement@telekom](#) ein umfassendes Konzept für Corporate Volunteering ¹ ein, das aus drei Bausteinen besteht:

- Ein Intranetportal bietet den Beschäftigten sowohl Tipps für die ehrenamtliche Arbeit in ihrer Freizeit als auch Kontaktadressen für konkrete Aktivitäten und Austauschmöglichkeiten mit engagierten Kollegen.
- Corporate Volunteering ¹ wird in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter integriert.
- Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, bei der Telekom Fördergelder für gemeinnützige Projekte zu beantragen. Jährlich werden 1 000 Anfragen von Mitarbeitern bewilligt und Spenden in Höhe von insgesamt 250 000 Euro vergeben. Voraussetzung für die Unterstützung ist, dass sich die Mitarbeiter in ihrer Freizeit in der Organisation engagieren und ein inhaltlicher Bezug zu einem der drei strategischen CR-Handlungsfelder besteht.

Positionspapier zum ehrenamtlichen Engagement.

Im Februar 2012 veröffentlichte die Deutsche Telekom das Positionspapier „Ehrenamtliches Engagement – für Unternehmen Ehrensache?“. Birgit Klesper, Leiterin Corporate Responsibility, bezog Stellung zur Rolle von Unternehmen im Spannungsfeld zwischen gesellschaftlichem Engagement und wirtschaftlicher Verantwortung. Demnach basiert die geförderte Zivilgesellschaft zu einem bedeutenden Teil auf stabilen und erfolgreichen Wirtschaftsunternehmen, denen es ökonomisch möglich ist, auch außerhalb ihres Geschäftsauftrags in soziale Projekte zu investieren. Corporate Volunteering ¹ spielt dabei eine wichtige Rolle: Es wirkt unmittelbar, wird entsprechend wahrgenommen und besitzt einen hohen Motivations- und innerbetrieblichen Integrationsfaktor. Im besten Fall schafft es ein stabiles Fundament für eine moralisch-integere und offene Unternehmenskultur.

Auszeichnung für „gelebte Verantwortung“.

Im November 2011 wurde die Telekom für ihr Programm [engagement@telekom](#) ausgezeichnet: Beim European

Change Communications Award 2011 in Salzburg erhielt sie einen Sonderpreis in der Kategorie „Corporate Volunteering “.

In der Laudatio wurde die gelebte Verantwortung als ausgewiesener Bestandteil der Unternehmensstrategie gewürdigt. Greifbare Beispiele und Beiträge im Alltag stünden bei der Telekom im Fokus gelebter Unternehmenswerte.

Onlineportale zum Engagement der Mitarbeiter.

Das im Jahr 2011 gestartete Portal engagement@telekom wurde von Mitarbeitern und gemeinnützigen Organisationen positiv aufgenommen: 156 Beschäftigte stellten ihre Engagements im Intranet vor, gemeinnützige Organisationen stellten 58 Projekte ein. Um dem ehrenamtlichen Engagement der Mitarbeiter einen Rahmen zu bieten und ihr gesellschaftliches Engagement besonders wertzuschätzen, wurde ein Mosaik ins Intranet gestellt. Hier konnten ehrenamtliche Aktivitäten vorgestellt sowie über die Motivation für ehrenamtliches Engagement berichtet werden. Am Tag des Ehrenamts wurde aus dem Mosaik das Wort „DANKE“ gebildet und das Mosaik in der internen Kommunikation entsprechend eingesetzt. Acht ausgewählte Engagements von Mitarbeitern wurden zwei Monate lang im Rahmen eines Specials im Intranet porträtiert.

Corporate Volunteering-Plattform bei T-Systems Iberia.

Auch T-Systems Iberia hat im Dezember 2011 begonnen, Corporate Volunteering-Projekte auf einer eigenen Intranetplattform zu bündeln. Dort sollen Mitarbeiter eigene Projekte vorstellen und um Unterstützung im Unternehmen werben können.

Teilnahme an der Woche des bürgerschaftlichen Engagements.

Bei der Auftaktveranstaltung in Berlin zur bundesweiten Woche des bürgerschaftlichen Engagements vom 16. bis 25. September 2011 stellte die Telekom engagement@telekom und die „Ich kann was!“-Initiative vor. Neben vielen Initiativen, Verbänden, ehrenamtlich Aktiven und Prominenten wie Ulrike Folkerts oder Peter Maffay, nahm auch die Telekom an der Auftaktveranstaltung in Berlin teil. In Interviews auf der Veranstaltungsbühne sowie im ZDF-Morgenmagazin erläuterte die Leiterin Corporate Responsibility der Telekom, Birgit Klesper, die Hintergründe des Unternehmensengagements.

Darüber hinaus stellten wir unser Programm engagement@telekom ausführlich im begleitenden Magazin „Ehrenamt macht stark“ sowie in einem Newsletter zum Thementag „Unternehmensengagement“ vor.

Internationaler Tag des Ehrenamts.

Den internationalen Tag des Ehrenamts am 5. Dezember 2011 nutzte die Telekom, um ihren Mitarbeitern Anregungen zu diesem Thema zu geben und bereits engagierte Beschäftigte zu würdigen.

Marktplatz des Engagements in der Bonner Zentrale.

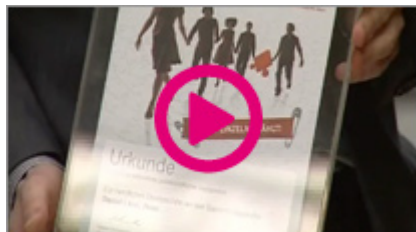
Vertreter von Partnerorganisationen stellten im Foyer der Konzernzentrale in Bonn die Aktivitäten ihrer Organisation und die Kooperation mit der Telekom in Deutschland vor. Vertreten waren unter anderem die DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei, die Bonner Tafel und das Aktionsbündnis Deutschland Hilft sowie die Telekom-Stiftung. Die DKMS war am Ehrenamtstag an insgesamt vier Standorten in Bonn und parallel in Magdeburg präsent.

In einer Ausstellung wurden zudem zahlreiche Engagements von Mitarbeitern präsentiert. Der Personalchef der Telekom Deutschland, Dietmar Welslau, ehrte sechs „Lebensretter“, deren Knochenmarkspende 2011 jeweils

einem Leukämiepatienten die Chance auf ein neues Leben geschenkt hatte. Ein Mitarbeiter der Telekom traf im Rahmen des Internationalen Tags des Ehrenamtes den Empfänger seiner Spende – einen neunjährigen Jungen. Insgesamt ließen sich am Tag des Ehrenamts 152 Beschäftigte in die Spenderdatei der DKMS aufnehmen.

Ebenfalls im Rahmen des Aktionstages spendeten Mitarbeiter der Telekom hochwertige haltbare Lebensmittel an die Bonner Tafel. Der Konzern hatte seine Beschäftigten vorab zu Spenden für bedürftige Menschen der Region aufgerufen, die am 5. Dezember abgegeben werden konnten.

Video



T-Mobile Austria: 3 000 Euro für drei Projekte.

Anlässlich des internationalen Tages des Ehrenamtes förderte T-Mobile Austria drei Projekte, in denen Beschäftigte sich engagieren, mit jeweils 1 000 Euro. Unterstützt wurden ein Schulprojekt in Ghana, Werbemaßnahmen eines Fußballvereins zur Ansprache von Kindern und Jugendlichen sowie das Abfalltrennsystem in den Büroräumen. Alle Mitarbeiter hatten zuvor die Möglichkeit, eigene Projektvorschläge einzureichen.

Slovak Telekom ehrt „beste Freiwillige“.

Die Mitarbeiter der Slovak Telekom hatten die Möglichkeit, ein Foto von ihrem Einsatz am Tag des Ehrenamtes einzusenden. Unter allen Teilnehmern verlost die Slovak Telekom ein Abendessen sowie drei T-Shirts mit der Aufschrift „Bester Freiwilliger“.

3 524 Mitarbeiter beteiligten sich an Social Days in Deutschland.

Bei Social Days engagieren sich unsere Mitarbeiter einen Tag lang für eine gemeinnützige Organisation. Im Jahr 2011 gab es 169 Social Days, an denen 3 524 Mitarbeiter teilnahmen. Sie unterstützten Kindergärten oder Schulen, gaben Internet- und Handytrainings für Senioren, nahmen an Typisierungsaktionen der DKMS teil oder engagierten sich für die Umwelt. Im Anschluss an die Social Days ergaben sich häufig längerfristige Kooperationen und regelmäßige gemeinsame Aktivitäten. Viele weitere Projekte wurden darüber hinaus von Mitarbeitern in Eigenregie initiiert und durchgeführt.

Unterstützung der Lebenshilfe.

Eine enge Partnerschaft verbindet die Telekom in Deutschland mit der Bundesvereinigung „Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung“. Auch im Jahr 2011 unterstützten Mitarbeiter der Telekom den Verein in zahlreichen Aktionen: So gestalteten Beschäftigte der Unternehmenskommunikation am 26. und 27. Mai den Spielplatz im heilpädagogischen Kindergarten Bonn um. Ebenfalls in Bonn veranstalteten Mitarbeiter im Juni einen Workshop zum Umgang mit Mobiltelefonen für Menschen mit geistiger Behinderung aus dem Betreuten Wohnen der Lebenshilfe. In einer anderen Einrichtung der Lebenshilfe legten Auszubildende einen „Sinnesgarten“ an und halfen beim Sommerfest. In Berlin besuchten Führungskräfte des Kundenservice Künstler mit geistiger Behinderung in einem Atelier der Lebenshilfe.

Am 3. Februar 2012 besuchten neun Menschen mit geistiger Behinderung der Lebenshilfe die Mitarbeiter des Service Counter der Telekom-Niederlassung in Bonn. In einem ganztägigen Workshop erlernten sie dort Grundlagen des Umgangs mit dem Internet, beispielsweise die Suche mit Google oder das Anlegen eines Favoriten. Telekom-Mitarbeiter aus dem Außendienst informierten über mögliche Gefahren im Internet.

Abschließend erfolgte eine Führung durch das Gebäude sowie eine offene Fragerunde.

Ein Nachmittag für die Berliner und Bonner Tafel.

Rund 60 Mitarbeiter der Telekom unterstützen am 10. Februar 2012 die Berliner Tafel dabei, am letzten Tag der Fruit-Logistica-Messe 120 Tonnen Obst und Gemüse einzusammeln und an Bedürftige zu verteilen.

Anlässlich des Tags der Leitlinien am 28. September 2011 verkauften Mitarbeiter selbst gebackenen Kuchen an ihre Kollegen und spendeten den Erlös von 700 Euro an die Bonner Tafel.

Social Days und Freiwilligenprogramme in Ungarn.

Auch im Jahr 2011 hat die ungarische Landesgesellschaft Magyar Telekom das soziale Bewusstsein ihrer Mitarbeiter durch die Organisation von Freiwilligenprogrammen gefördert. Wie in den Jahren zuvor, bot das Jövő/Menő Programm Interessierten die Möglichkeit, sich ehrenamtlich zu engagieren. Ziel des Programms ist es, nachhaltige Entwicklung in strukturschwachen Regionen des Landes zu fördern. Darüber hinaus nutzte die Magyar Telekom 2011 erstmals Corporate Volunteering  zur Teamentwicklung. Insgesamt beteiligten sich in diesem Jahr 389 Mitarbeiter an Corporate-Volunteering-Maßnahmen und leisteten dabei 480 Freiwilligentage. Der dabei erwirtschaftete Betrag hatte einen Gegenwert von HUF 19,86 Millionen (68 235 Euro).

Digital Bridge Events in Ungarn.

Ziel des ungarischen Digital Bridge Programms ist es, die Menschen in abgelegenen Ortschaften an die Möglichkeiten moderner Informations- und Kommunikationstechnologie heranzuführen und so der digitalen Spaltung der Gesellschaft entgegenzuwirken. Im Rahmen des Programms hat die Magyar Telekom 2011 acht Events mit insgesamt rund 1 000 Teilnehmern organisiert. Im Rahmen der Events unterwiesen rund 300 freiwillige Helfer der Magyar Telekom die Besucher im Umgang mit dem Internet. Außerdem fand ein Internetrecherche-Wettbewerb und Talentwettbewerbe für Kinder und Erwachsene statt. Seit Beginn des Programms im Jahr 2004 hat die Magyar Telekom insgesamt 159 Events organisiert.

Social Day in Albanien.

Im Juli 2011 setzten sich 45 Mitarbeiter der albanischen Landesgesellschaft AMC für Kinder des SOS-Kinderdorfes Tirana, eine Einrichtung für hörgeschädigte Kinder sowie eine Einrichtung für blinde Schüler ein. Mit einem von AMC zur Verfügung gestellten Budget wurden die Außenflächen und Innenräume gestaltet und eine mobile Videothek eingerichtet. Das Projekt soll 2012 fortgesetzt werden.

„Huddle Up“ in den USA – Für eine bessere Nachbarschaft.

Die Beschäftigten von T-Mobile USA engagieren sich seit 2006 im Rahmen des Programms „Huddle Up!“ für eine bessere Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen. Mit finanzieller Unterstützung und dem Engagement der Mitarbeiter werden Nachmittagsangebote für die Heranwachsenden geschaffen. Dadurch werden auch die Menschen aus der Nachbarschaft miteinander in Verbindung gebracht und angeregt, die Gemeinschaft aktiv mitzugestalten. Im Jahr 2011 engagierten sich 1 650 Mitarbeiter für insgesamt 13 200 Stunden in zehn Städten.

CR-Bericht des Vorjahres

T-Mobile Czech Republic: 3 017 Arbeitstage für Menschen in Not.

Mehr als 670 Mitarbeiter von T-Mobile Czech Republic – fast ein Viertel der Beschäftigten – beteiligten sich 2011 an dem Freiwilligenprogramm „One Day for People in Need“: Einen Tag lang engagieren sie sich dabei für eine NGO ihrer Wahl – bei vollem Gehalt. Seit Beginn der Corporate Volunteering  -Aktion im Jahr 2005 haben die Mitarbeiter in diesem Rahmen bereits insgesamt 3 017 Arbeitstage geleistet.

Im Jahr 2010 baute die T-Mobile Czech Republic zudem in Kooperation mit der VIA Stiftung ihr gemeinnütziges Engagement weiter aus: Bis Ende 2011 schulten sieben Beschäftigte der tschechischen Landesgesellschaft zusammen mit externen Partnern insgesamt 170 Mitarbeiter von NGOs in PR- und Personal-Workshops.

Spenden für Weihnachtsfeiern.

Telekom-Mitarbeiter in Leipzig riefen in der Vorweihnachtszeit 2011 mehrere Spendenaktionen ins Leben und sammelten neben Geld auch Sachspenden für hilfsbedürftige Kinder. In wenigen Tagen kam Spielzeug im Wert von rund 800 Euro zusammen. Die Spenden wurden dem Verein Schutzengel e.V., der sich für Familien mit kleinen Kindern in sozialen Brennpunkten einsetzt, auf dessen Weihnachtsfeier überreicht.

Einbindung von Auszubildenden und Studenten.

Die Telekom zählt zu den größten Ausbildungsbetrieben in Deutschland. Unseren mehr als 9 600 Auszubildenden und Studenten dualer, also berufsbegleitender Studiengänge wollen wir neben fachlichen Qualifikationen auch Werte vermitteln und ihre sozialen Fähigkeiten stärken. Daher ist das gesellschaftliche Engagement fester Bestandteil der betrieblichen Ausbildungsprogramme der Telekom.

Gesellschaftliches Engagement als Bestandteil der Ausbildung.

Auf der Jahrestagung der Ausbildungsleiter der Telekom im November 2011 in Bad Honnef präsentierte der Bereich CR das Programm engagement@telekom. Um das Thema gesellschaftliches Engagement besser in der Ausbildung zu verankern, wurde eine verstärkte Zusammenarbeit zwischen Ausbildung und engagement@telekom beschlossen. Diese wurde unter anderem in Kooperation mit den Ausbildungszentren in Essen (Projekt 17/70), Bremen (SOS Kinderdorf), Bonn (Lebenshilfe) und Berlin (Berliner Tafel) umgesetzt.

Tag des Ehrenamts in Essen.

Unter dem Motto „AZE – Alle Zusammen Ehrenamt! " veranstaltete das Ausbildungszentrum Essen im Juli 2011 erstmalig einen freiwilligen Aktionstag.

113 Auszubildende aller Ausbildungsgruppen und -jahrgänge erlebten an unterschiedlichen Standorten in Essen das Ehrenamt hautnah. Sie nahmen an vielfältigen Aktionen teil die ein Projektteam aus Auszubildenden organisiert hatte. Azubi-Fotoreporter dokumentierten den Ehrenamtstag.

Auszeichnung „Verantwortung gewinnt!“.

Der interne Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“, bei dem wir das ehrenamtliche Engagement unserer Nachwuchskräfte auszeichnen, ging im Februar 2012 in die dritte Runde. Rund 1 000 Auszubildende und dual Studierende folgten dem Aufruf und bewarben sich mit insgesamt mehr als 100 Projekten, in denen sie sich neben ihrer Berufsausbildung ehrenamtlich für Menschen in schwierigen Lebenssituationen einsetzten.

Die drei besten Projekte würdigte die Telekom am 1. Februar 2012 in Bonn: Das Anlegen eines Sinnesgartens für Menschen mit Behinderung durch das Ausbildungszentrum (AZ) Bonn, die Patenschaft für ein SOS-Kinderdorf des AZ Bremen sowie das Konzept für ein Intensiv-Praktikum für gehörlose Jugendliche des AZ München. Die Nachwuchskräfte setzten ihr Engagement für die Projekte auch nach der Auszeichnung weiter fort, das AZ Bremen spendete seinen Gewinn an das SOS-Kinderdorf.

CR-Bericht des Vorjahres

Mitarbeitereinbindung im Bereich Umwelt und Klima.

Konzernweit setzen sich unsere Mitarbeiter für eine saubere Umwelt und für den Schutz von Natur und Klima ein.

Einsatz bei Wald- und Forstarbeiten.

Im Juli 2011 halfen rund 180 Mitarbeiter bei Wald- und Forstarbeiten auf dem Venusberg in Bonn. Sie setzten Gatter, fertigten Nistkästen sowie Tische und Bänke für das sogenannte Grüne Klassenzimmer des Hauses der Natur. Die Aktion fand im Rahmen des „Internationalen Jahres der Wälder 2011“ statt.

Schon einen Monat zuvor hatten Beschäftigte das Waldumbauprojekt „Lebendiger Buchenwald“, welches von der Stadt Bonn, der Deutschen Telekom und der Deutschen Umwelthilfe gemeinsam durchgeführt wird, erste Vorbereitungsarbeiten im Bad Godesberger Stadtwald vorgenommen. Durch die Waldumbaumaßnahmen wird eine Teilfläche des Bonner Stadtwaldes wieder in einen naturnahen Mischwald umgewandelt.

Im Dezember 2011 unterstützten die Mitarbeiter der Telekom erneut die Bonner Stadtförsterei und pflanzten 200 Sträucher und 25 Bäume zur Förderung der Biodiversität.

Hrvatski Telekom: Spenden und Mitarbeiterereinsatz für Wiederaufforstung.

Die kroatische Landesgesellschaft Hrvatski Telekom unterstützt seit 2008 verschiedene Umweltprojekte. 2011 setzte die Landesgesellschaft ihr Engagement für die Wiederaufforstung abgebrannter Waldflächen in Kooperation mit der öffentlichen Institution „Kroatische Wälder“ fort. 100 Mitarbeiter von Hrvatski Telekom unterstützten das Engagement des Unternehmens im Dezember 2011, indem sie sich ehrenamtlich an den Wiederaufforstungsarbeiten beteiligten. Insgesamt konnten durch die Unterstützung der Landesgesellschaft 27 Hektar Wald aufgeforstet werden.

Globul, AMC, T-Systems Slovakia: Aktionen für eine saubere Umwelt.

Im Berichtszeitraum engagierten sich die Mitarbeiter mehrerer Landesgesellschaften für den Erhalt der Wälder und sammelten Müll in Wäldern und Parks:

- Das dritte Jahr in Folge unterstützte die Landesgesellschaft Globul im Jahr 2011 den WWF Bulgarien bei seiner Initiative „Nationaler Tag der Naturparks“ zum Schutz des landesweit größten Naturschutzgebiets. Globul engagierte sich sowohl finanziell als auch im Rahmen einer nationalen Bewusstseinskampagne. Insgesamt 100 Beschäftigte halfen dabei, die elf Nationalparks des Landes von rund 15 Tonnen Müll zu befreien.
- Jeder fünfte Mitarbeiter der albanischen Landesgesellschaft AMC beteiligte sich im Juni und Juli 2011 an Müllsammelaktionen in Bergen und an Stränden.
- Im Juni 2011 nahmen elf Mitarbeiter von T-Systems Slovakia an freiwilligen Umweltschutzaktionen in der Region Košice teil. Dabei hatten sie die Wahl zwischen verschiedenen Aktivitäten, wie Müllsammelaktionen, Aktionen in der Gemeinde oder der Durchführung von öffentlichen Bildungsveranstaltungen.

Neue Spendenrichtlinie verabschiedet.

Veränderte Rahmenbedingungen durch neue interne wie externe Regelungen und unsere neue CR-Strategie veranlassten uns 2011 zu einer Überarbeitung der Spendenrichtlinie. Die Richtlinie regelt nun alle Spendenaktivitäten des Unternehmens und bildet damit auch die Grundlage für die Ausweitung unserer Aktivitäten in den Bereichen Corporate Volunteering  und Corporate Giving .

Verknüpfung von Ehrenamt und Unternehmensspenden.

T-Systems UK unterstützt und spendet.

Das Einbringen der persönlichen Fähigkeiten der Mitarbeiter ist ein zentrales Element des CR-Ansatzes von T-Systems UK. Seit 2010 wählen die Beschäftigten aus einer selbst erstellten Liste eine gemeinnützige

Organisation, die sie mit ihrem Engagement unterstützen wollen. 2011 fiel die Wahl auf die NGO „The Respite Association“, die Menschen, die sich in der Pflege engagieren, Freiräume verschafft. Die Mitarbeiter von T-Systems UK unterstützten die Organisation, indem sie ein neues Erscheinungsbild für sie entwarfen, eine Broschüre für das Fundraising erstellten sowie die Website überarbeiteten. Zusätzlich sammelten die Mitarbeiter 2011 bei verschiedenen Spendenaktionen 3 500 britische Pfund (4 130 Euro) für The Respite Association. Dieser Betrag wurde von T-Systems verdoppelt und trug damit wesentlich dazu bei, dass die Organisation in diesem Jahr ihre bisher höchsten Zuwendungen erhielt. 2012 haben die Mitarbeiter erneut Gelegenheit, eine Organisation auszuwählen, der sie ihre Zeit widmen möchten, diesmal auf individueller Ebene. T-Systems UK wird das Engagement wieder unterstützen.

T-Mobile Czech Republic engagiert sich für Umwelt und Gesellschaft.

Bereits das siebte Jahr in Folge förderte die T-Mobile Czech Republic 2011 mit dem „T-Mobile Fund for Employees“ verschiedene gemeinnützige Organisationen. Dabei stand die Spendenvergabe zum zweiten Mal unter dem Motto „Healthy Planet“. Alle Mitarbeiter konnten Projekte einreichen, an denen sie sich aktiv beteiligen. Aus 132 Bewerbungen wurden 27 Projekte ausgewählt, die zur Verbesserung des gesellschaftlichen Lebens oder der natürlichen Umwelt in den Regionen beitragen. Für diese spendete die T-Mobile Czech Republic insgesamt zwei Millionen Tschechische Kronen, dies entspricht 80 102 Euro. Seit Projektbeginn wurden bereits mehr als 200 Projekte mit rund 14 Millionen CZK (rund 560 711 Euro) unterstützt.

Kroatien: „Together We Are Stronger“.

„Together We Are Stronger“: Unter diesem Motto ruft Hrvatski Telekom seit 2006 ihre Mitarbeiter jedes Jahr dazu auf, lokale humanitäre Initiativen oder Einrichtungen für das Spendenprogramm des Unternehmens vorzuschlagen. Im Jahr 2011 wählten Mitarbeiter aus 294 Vorschlägen insgesamt 24 Projekte und Einrichtungen aus. Von der Unterstützung von Menschen mit Behinderungen über Bildungsprojekte bis hin zu Umwelt- und Gesundheitsprojekten wurden so auch 2011 unterschiedlichste gemeinnützige Aktivitäten gefördert.

Insgesamt unterstützte Hrvatski Telekom die Umsetzung der von ihren Mitarbeitern vorgeschlagenen Projekte im Jahr 2011 mit 775 000 Kuna, umgerechnet 102 061 Euro.

CR-Bericht des Vorjahres

Mitarbeiter-Aktion 50 x1 000.

Im Sommer 2011 starteten wir im Raum Bonn die Corporate-Giving-Aktion „50x1 000“. Mitarbeiter waren aufgerufen, gemeinnützige Projekte als Spendenempfänger vorzuschlagen. Voraussetzung für eine Spende war das eigene ehrenamtliche Engagement der Beschäftigten in diesem Projekt. Zu den Vorschlägen gehörten beispielsweise die tatkräftige Unterstützung bei der Renovierung eines Bonner Kindergartens und die Förderung eines Schulorchesters, für das sich ein Mitarbeiter regelmäßig ehrenamtlich engagiert.

Die positive Resonanz auf diese Aktion war Anlass für den Start des Projekts „Bildung braucht jeder – Bildung braucht jeden“ im Dezember 2011 in Kooperation mit der Telekom-Stiftung. Dabei wird das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitern in Projekten von Kindertagesstätten und Schulen gefördert, bei denen MINT-Fächer im Fokus stehen.

Engagement vor Ort in der Slowakei.

Im Oktober 2011 startete zum achten Mal das Förderprogramm „Helping the Community“. Mitarbeiter der Slovak Telekom haben die Möglichkeit, Projekte für eine Förderung vorzuschlagen und so die gesellschaftliche

Entwicklung ihrer Wohnorte zu unterstützen. Im Jahr 2011 wurden 152 Projekte registriert, von denen 66 Projekte ausgewählt und mit bis zu 1 000 Euro gefördert wurden. Insgesamt kam so eine Fördersumme von 60 000 Euro zusammen.

Mitarbeiter leisten Geld- und Sachspenden für Bedürftige.

Geldspenden an „Herzenswünsche e.V.“.

Seit mehr als zwei Jahren unterstützt das Qualitätsmanagement von Vertrieb und Service den Verein „Herzenswünsche e.V.“ mit Geldspenden. Im Jahr 2011 spendeten die Mitarbeiter 1 000 Euro zugunsten schwerstkranker Kinder.

T-Systems Malaysia.

Seit 2009 bietet T-Systems Malaysia seinen Mitarbeitern die Möglichkeit, sich im Rahmen von Spendensammlungen für die Gesellschaft zu engagieren. Im Oktober 2011 nutzte die Gesellschaft das hinduistische Lichterfest als Anlass für eine Spendenaktion. Die Mitarbeiter spendeten insgesamt MYR 2 719 (671 Euro) für Kleidung und Essen und beteiligten sich auch am Einkauf.

Sachspenden bei Cosmote Greece.

Im Rahmen des Programms „Die Cosmote-Familie hilft griechischen Familien“ spenden die Mitarbeiter von Cosmote Greece seit 2005 regelmäßig Kleidung, Spiele, Bücher und Essen an bedürftige Familien. Im Dezember 2011 sammelten rund 115 Beschäftigte insgesamt 98 Kisten mit Kleidern, Spielzeug und Lebensmitteln, die im Januar 2012 an zwei Einrichtungen für Kinder übergeben wurden. Im Verlauf des Jahres 2011 hatten die Beschäftigten schon einmal acht Kisten mit Lebensmitteln gesammelt und an acht bedürftige Familien gespendet.

PTC-Mitarbeiter spenden Teil ihrer Vergütung.

Die Mitarbeiter der polnischen Landesgesellschaft PTC können seit 2003 im Rahmen der Aktion „Together for Others“ Spenden an Projekte und Einrichtungen ihrer Wahl direkt von ihrem Gehalt abziehen lassen. Die Spendenbeträge werden daraufhin von PTC verdoppelt und dem Kooperationspartner, der United Way Stiftung, übergeben. Dadurch tragen PTC und ihre Mitarbeiter zur Finanzierung von über 100 verschiedenen Projekten – unter anderem für Bildung und Gesundheit – bei. Im Jahr 2011 kamen Mitarbeiterspendsen in Höhe von 49 070 PLN (11 804 Euro) zusammen, nach der Verdopplung erhielt die Stiftung 23 608 Euro.

Partnerschaftliches Engagement.

Bei der Umsetzung ihres gesellschaftlichen Engagements legt die Telekom einen Schwerpunkt auf langfristige Kooperationen: Mit unterschiedlichen Organisationen wie der Nummer gegen Kummer oder der Deutschen Knochenmarkspenderdatei DKMS verbinden uns langjährige Partnerschaften. Hierbei spielen auch unsere Mitarbeiter eine wichtige Rolle: Sie setzen sich regelmäßig ehrenamtlich für einen guten Zweck ein oder leisten mit Spenden finanzielle Unterstützung.

1,5 Millionen Euro an „Ein Herz für Kinder“ gespendet.

Im Dezember 2011 spendete die Deutsche Telekom 1,5 Millionen Euro an „Ein Herz für Kinder“. Der Vorstandsvorsitzende René Obermann überreichte den Scheck im Rahmen der im ZDF live übertragenen „Ein Herz für Kinder“-Gala an Moderator Thomas Gottschalk. Für die reibungslose Annahme der telefonisch eingehenden Spenden waren unter anderem 158 unserer Telekom- Mitarbeiter im CallCenter Brühl ehrenamtlich im Einsatz.

Mitarbeiterengagement bei Handyrückgabe-Aktion.

Mit verschiedenen Aktionen unterstützten Telekom-Mitarbeiter auch die große Handyrückgabe-Aktion der Telekom zugunsten von „Ein Herz für Kinder“. So veranstalteten Beschäftigte in Düsseldorf beispielsweise einen Kinderaktionstag mit Schminken und Teddygeschenk bei Abgabe eines Alt-Handys im Telekom Shop.

Kampagne zur FIFA Frauen-WM 2011 in Deutschland.

Hinzu kamen, über das Jahr verteilt, weitere Maßnahmen, deren Erlöse ebenfalls in die Spendensumme einfließen. So unterstützten der Deutsche Fußball-Bund und die Frauen-Nationalmannschaft anlässlich der FIFA Frauen-WM 2011 die „Herzrasen“-Kampagne der Telekom während der Weltmeisterschaft.

Partnerschaft mit der DKMS.

Seit Beginn der Kooperation mit der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei im Jahr 1994 wurden 97 Betriebstypisierungen und eine Weihnachtsspendenaktion durchgeführt.

Im Jahr 2011 fanden 19 Typisierungsaktionen an elf Standorten der Telekom in Deutschland statt. Insgesamt 855 Mitarbeiter ließen sich neu in der Knochenmarkspenderdatei registrieren. Sechs deutsche Beschäftigte spendeten in diesem Jahr Stammzellen und gaben damit Erkrankten die Chance auf neues Leben. Die „Lebensretter“ wurden am 5. Dezember im Rahmen des Tags des Ehrenamts für ihr Engagement geehrt. Im Januar 2012 ließ sich der sechstausendste Mitarbeiter der Telekom in Münster typisieren.

Auszubildende spenden 1 000 Euro.

Am 19. Mai 2011 übergaben Telekom-Auszubildende der DKMS einen Scheck in Höhe von 1 000 Euro. Sie hatten selbstgebackenen Kuchen verkauft, um Spenden für die DKMS zu sammeln. Die Aktion erfolgte im Rahmen der seit Februar 2010 bestehenden bundesweiten Telekom-Initiative „Verantwortung gewinnt“. Bei mehreren Aktionen in Berlin riefen Auszubildende ihre Kollegen außerdem dazu auf, sich in die Knochenmarkspenderdatei aufnehmen zu lassen und starteten einen DKMS-Blog.

Mitarbeiterprämie als Spende.

Eine Spende in Höhe von 10 000 Euro übergaben Mitarbeiter des Bereichs Systemintegration von T-Systems im September 2011 an die DKMS. Damit spendeten sie ihre Mitarbeiterprämien für den Kampf gegen Leukämie.

CR-Bericht des Vorjahres

Die Telekom unterstützt die DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei im Kampf gegen Leukämie. Seit nunmehr 16 Jahren veranstalten wir Betriebstypisierungen und übernehmen die Typisierungskosten für unsere Mitarbeiter. Jeder potenzielle Spender, der in die Deutsche Knochenmarkspenderdatei aufgenommen werden will, gibt im Rahmen der Typisierung eine Gewebeprobe ab. Seit 1994 haben sich mehr als 6 000 Mitarbeiter der Telekom Deutschland in 97 betriebsinternen Registrierungsaktionen als potentielle Stammzellspender registrieren lassen. Über 60 Mitarbeiter haben seither mit einer Stammzell- oder Knochenmarkspende einem Leukämiepatienten eine Chance auf Leben geschenkt.

10 462 Euro über Pixelaktion.

Am 24. und 25. Januar 2012 hatten die Besucher der Seite nachhaltig-handeln.telekom.com die Möglichkeit, verschwommen dargestellte Bilder Pixel für Pixel per Mausklick aufzulösen: Mit jedem markierten Quadrat wurde das Bild schärfer und letztendlich sichtbar. Für jedes angeklickte Pixel spendeten wir einen Euro an eine gemeinnützige Organisation. Zur Auswahl standen:

- Ein Herz für Kinder
- Deutsche Umwelthilfe
- DKMS – Deutsche Knochenmarkspenderdatei
- Lebenshilfe
- Nummer gegen Kummer
- Die Tafeln

An welche der sechs vorgeschlagenen Organisationen die Spende gehen sollte, entschieden die Teilnehmer beim Anklicken des Pixel. So konnten insgesamt 10 462 Euro gespendet werden. Eine Fortsetzung der Aktion ist in Planung.

Hohe Bereitschaft zu Blutspenden.

Zahlreiche Landesgesellschaften der Telekom setzen regelmäßige Aktionen zur Blutspende um:

- 2011 ist die Crnogorski Telekom einem Aufruf des montenegrinischen Roten Kreuzes sowie des Zentrums für Bluttransfusion gefolgt und führte eine Blutspendeaktion durch. Rund 50 Mitarbeiter und Führungskräfte spendeten Blut, außerdem stiftete die Crnogorski Telekom dem Zentrum für Bluttransfusion drei mobile Transfusionsbetten.
- Gemeinsam mit Partnern aus dem gemeinnützigen slovakischen Donor's Forum, hat die Slovak Telekom an den Freiwilligentagen am 23. und 24. September 2011 einen Blutspendetag organisiert. Knapp 200 Mitarbeiter und Führungskräfte aus acht großen Unternehmen spendeten dabei insgesamt mehr als 90 Liter Blut.
- Die Mitarbeiter der griechischen Landesgesellschaft OTE spendeten im Jahr 2011 insgesamt 3 189 Blutkonserven. 1 135 davon wurden OTE-Mitarbeitern in ganz Griechenland zur Verfügung gestellt, die übrigen 2 054 der Gesellschaft.
- Im Rahmen von zwei Gesundheitswochen im Mai und Oktober 2011 führte T-Systems Slovakia ebenfalls Blutspendeaktionen durch. Dabei spendeten insgesamt 69 Mitarbeiter mehr als 31 Liter Blut.

Erste-Hilfe-Auffrischung.

Im Jahr 2011 bot die Telekom in Deutschland ihren Mitarbeitern die kostenlose Teilnahme an einem Auffrischkurs in Erster Hilfe an. An 50 Standorten nutzten in 133 Kursen rund 2 000 Mitarbeiter dieses Angebot. Sie werden so neben den obligatorisch vorzuhaltenden betrieblichen Ersthelfern zu weiteren potentiellen Helfern im Notfall.

Kooperation mit City Year bei T-Mobile USA.

T-Mobile USA kooperiert seit 2006 eng mit der nationalen Organisation „City Year“, die unter anderem die „T-Mobile Huddle Up Service“-Tage organisiert.

Im Berichtszeitraum spendete T-Mobile USA insgesamt 1,5 Millionen Dollar, umgerechnet etwa 1,1 Millionen Euro, an die Organisation und unterstützte so die Betreuung von Kindern und Jugendlichen nach der Schule. Darüber hinaus stattet T-Mobile USA „City Year“ auch mit WLAN aus und leistet technischen Service – beides zusammen entspricht einem Gegenwert von mehr als 2 Millionen Dollar (rund 1,5 Millionen Euro).

Partnerschaft mit der Lebenshilfe.

Unsere Partnerschaft mit der Bundesvereinigung „Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.“ haben Mitarbeiter im Berichtszeitraum über unterschiedliche Corporate Volunteering-Einsätze mit Leben gefüllt.

Weihnachtsaktion.

Künstler der Lebenshilfe haben 2011 zum zweiten Mal in Folge die Motive der Weihnachtskarten für den Konzern gestaltet. Dafür erhielt die Lebenshilfe eine Spende in Höhe von 20 000 Euro. Die Telekom-Mitarbeiter konnten im Intranet vier aus zehn Motiven auswählen. Die Karten wurden in einer Auflage von 250 000 gedruckt und zudem zahlreich als E-Cards an Geschäftspartner und Kollegen versandt.

Slovak Telekom: Hilfe für hörgeschädigte Menschen.

Die slowakische Landesgesellschaft Slovak Telekom hat im Jahr 2011 ihr Engagement im Rahmen ihres Stiftungsfonds fortgesetzt. Der inhaltliche Schwerpunkt liegt auf Projekten zur Förderung der Lesekompetenz, zur Integration benachteiligter Menschen in die Informationsgesellschaft sowie aus dem Bereich Kunst und Kultur. Insgesamt unterstützte der Stiftungsfonds 2011 49 Projekte mit mehr als 170 000 Euro.

Der Fonds wird von der slowakischen Intenda Stiftung verwaltet, die auch die unterstützten Projekte beaufsichtigt.

Weiterbildungsangebote in Zeichensprache.

Das Existenzgründerprogramm der Slovak Telekom für hörgeschädigte und gehörlose Menschen ging 2011 in die vierte Runde: Mehr als 40 Hörgeschädigte haben seit 2008 im Rahmen des Bildungsangebots „Looking for Another Sense“ Weiterbildungskurse besucht, die in Zeichensprache gehalten wurden. Im Berichtszeitraum nahmen zehn Menschen hieran teil.

Zudem erhielten 20 hörgeschädigte Geschäftsleute, die in der Vergangenheit bereits an einem Existenzgründerkurs teilgenommen hatten, im Oktober 2011 in einem Workshop Informationen zu den Themen Marketing und Kommunikation.

Der 2007 initiierte „Endowment Fund Slovak Telekom“ stiftet insbesondere Projekte für Menschen mit Behinderungen oder aus schwierigen sozialen Verhältnissen und ermöglicht ihnen damit den Zugang zu moderner ICT und die aktive Teilnahme an der Wissensgesellschaft.

Kooperation mit der Nummer gegen Kummer.

Seit mittlerweile 30 Jahren berät der Verein „Nummer gegen Kummer“ Kinder und Jugendliche in schwierigen Lebenssituationen. Unterstützt wird diese Initiative von zahlreichen Mitarbeitern der Telekom in Deutschland, die seit Jahren ehrenamtlich den Heranwachsenden am Telefon beratend zur Seite stehen. Vor zwanzig Jahren wurde die Deutsche Telekom Partner der „Nummer gegen Kummer“ und unterstützt seither den Verein mit technischem Know-how und finanziell.

Konferenz zum Einsatz moderner ICT-Technologien.

Für das Treffen der europäischen Arbeitsgruppe „New Communication Technologies“ Ende November 2011 in Berlin stellten wir unsere Räumlichkeiten in der Hauptstadtrepräsentanz zur Verfügung.

Thema der Veranstaltung war die Nutzung neuer Technologien für europäische Sorgentelefone und die sinnvolle Ausgestaltung der Kooperationen mit Unternehmen der ICT-Branche. Die Zusammenarbeit der „Nummer gegen Kummer“ und der Deutschen Telekom wurde als positives Beispiel diskutiert.

CR-Bericht des Vorjahres

Partnerschaft mit ACHSE e.V.

Am 28. Februar 2012 vergab die Eva Luise und Horst Köhler Stiftung in Kooperation mit dem Verein „Allianz Chronischer Seltener Erkrankungen (ACHSE) e.V.“ zum fünften Mal den mit 50 000 Euro dotierten „Eva Luise Köhler Forschungspreis für Seltene Erkrankungen“ in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom in Berlin. Seit 2007 unterstützt die Telekom „ACHSE“ im Rahmen einer Partnerschaft. Gemeinsam wurde das Informations- und Kommunikationsportal www.achse.info ins Leben gerufen, das vorhandenes Wissen über seltene chronische Erkrankungen für Betroffene und Ärzte bündelt.

Bonner Chancen: 86 000 Euro für Förderwettbewerb.

Der von der Telekom geförderte Wettbewerb „Bonner Chancen“ stand 2011 unter dem Motto „Gemeinsam anders. Ich. Du. Wir.“ Im Zentrum standen Projekte, die den Austausch zwischen den Generationen und Kulturen stärken und das Miteinander förderten, wie zum Beispiel Theateraufführungen oder ein internationales Gesangsprojekt. Aus den insgesamt 30 im Jahr 2011 eingegangenen Projektvorschlägen wählte die Telekom Projekte aus acht Schulen und vier Jugendeinrichtungen als Sieger. Für die Umsetzung der phantasievollsten und förderwürdigsten Projekte haben wir jeweils bis zu 10 000 Euro und insgesamt rund 86 000 Euro vergeben.

An dem Wettbewerb konnten sich Bonner Bürger beteiligen, die sich in Schulen sowie Freizeiteinrichtungen, aber auch in Seniorenheimen und Kultureinrichtungen mit Kindern und Jugendlichen engagieren. 2011 wurden insgesamt 30 Projekte vorgeschlagen.

Mehr als 400 Kinder, Jugendliche und Erwachsene ließen den Förderwettbewerb „Bonner Chancen 2011“ mit einer gemeinsamen Abschlussveranstaltung am 26. November in der Konzernzentrale der Telekom ausklingen.

CR-Bericht des Vorjahres

Videobeitrag „Bonner Chancen“



Mit dem Wettbewerb „Bonner Chancen“ unterstützte die Telekom von 2005 bis 2011 Lern- und Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche an ihrem Hauptsitz in Bonn. Den Heranwachsenden soll durch ein verbessertes Freizeit- und Bildungsangebot ein attraktives Umfeld für das Leben in der Stadt geschaffen werden. Zur Verwirklichung kreativer und förderwürdiger Projektideen stiftete die Telekom seither jedes Jahr rund 100 000 Euro.

Hilfe für jugendliche Flüchtlinge in Österreich.

Neun jugendliche Flüchtlinge im Alter von 18 bis 22 Jahren haben im Juli 2011 den „IT-Essential“-Kurs der T-Systems Austria erfolgreich absolviert. In 55 Unterrichtseinheiten erlernten die Kursteilnehmer Computer-Basiskenntnisse, die sie für den Einstieg in einen Lehrberuf oder in eine weiterbildende Schule benötigen. Im Rahmen des Programms Bildungswege hilft T-Systems Austria der Organisation lobby.16 außerdem, Praktikumsplätze und Lehrstellen für jugendliche Flüchtlinge zu finden. Die Landesgesellschaft selbst stellte im Sommer 2011 zwei Praktikantenplätze im Bereich Field Services zur Verfügung.

T-Mobile Austria hat das Programm Bildungswege gemeinsam mit lobby.16 weiterentwickelt. Das sechsmonatige Förderprogramm für jugendliche Flüchtlinge beinhaltet Deutsch-, Englisch- und Mathematikurse und wird durch branchenspezifische Schulungen ergänzt. Im Falle von T-Mobile Austria sind dies Produktschulungen, Kommunikations- und Verkaufstrainings sowie Praxistage im Shop und im Customer Service.

Seit 2010 engagieren sich T-Systems Austria und T-Mobile Austria zusammen mit dem gemeinnützigen Verein lobby.16 dafür, jungen Menschen durch Investitionen in ihre Ausbildung eine Perspektive zu bieten. lobby.16 gibt jugendlichen Flüchtlingen aus Afghanistan und dem Sudan, die ohne Eltern in Österreich leben, eine berufliche Perspektive. Er hilft ihnen beispielsweise bei der Suche nach Praktika und Schulungen. Dadurch sollen die jungen Menschen in der Entwicklung ihrer Fähigkeiten unterstützt werden, Vertrauen in ihre Begabungen entwickeln und an Selbstbewusstsein gewinnen.

Weihnachtsaktionen zugunsten gemeinnütziger Organisationen.

Viele Landesgesellschaften nehmen die Weihnachtszeit zum Anlass, Gutes zu tun:

Malusgebühren für Umweltprojekte.

Im Rahmen der diesjährigen Weihnachtsaktion verteilten Mitarbeiter der Telekom in Deutschland die Maluszahlen für CO₂-intensive Dienstwagen, die 2011 insgesamt 300 000 Euro betrugen. Über den Spendenzweck entschieden die Beschäftigten selbst. Insgesamt 4 000 Mitarbeiter beteiligten sich an der Abstimmung. 49 Prozent der Stimmen und damit einen Anteil von 45 000 Euro erhielt der Verein „One Earth – One Ocean e. V.“, der technische Lösungen für die Säuberung der Ozeane von Plastikmüll entwickelt. Auf Platz zwei folgte „Naturparadies Grünhaus“, ein Projekt zur Renaturierung eines ehemaligen Braunkohletagebaus, mit 42 500 Euro. 40 000 Euro erhielt die Gesamtschule Bonn-Beuel für ihren geplanten Umbau zur CO₂-freien

Schule.

Viele Landesgesellschaften nehmen die Weihnachtszeit zum Anlass, Gutes zu tun:

PTC: Traditionelle Weihnachtsauktion.

Bereits seit 2002 veranstaltet die polnische Landesgesellschaft PTC jährlich eine Weihnachtsauktion. Dabei werden Kunstwerke versteigert, die Mitarbeiter gemeinsam mit Kindern im Rahmen des Projekts „Share your Passion“ erstellt haben. Im Dezember 2011 beteiligten sich 950 Mitarbeiter im Auftrag ihrer Abteilungen an der Auktion. Über die Versteigerung der Kunstwerke kamen der gemeinnützigen polnischen Weihnachtsmann-Stiftung insgesamt PLN 66 041 (15 886 Euro) zugute. Dieser Betrag wurde von der PTC verdoppelt, so dass die Stiftung rund 132 082 PLN (31 772 Euro) erhielt.

Montenegrinische Mitarbeiter verteilen Weihnachtsgeschenke.

Mitarbeiter der Crnogorski Telekom in Montenegro haben zu Weihnachten 170 Geschenke an Kindergarten- und Vorschulkinder aus dem Flüchtlingscamp „Konik“ in der Nähe von Podgorica verteilt. Auch 30 Kinder mit Behinderung, die Mitglied in der „Association for Children and Youth with disabilities“ sind, erhielten Präsente. Die montenegrinischen Beschäftigten hatten die Geschenke zuvor eigens gesammelt, verpackt und schließlich an die Kinder verteilt.

EJR Mazedonien: Mitarbeiter verbreiten Weihnachtsstimmung.

Die „T-Mobile for Macedonia Foundation“ fördert seit 2002 gesellschaftliches Engagement in der EJRMazedonien und unterstützt wohltätige Zwecke mit Spenden. Zum sechsten Mal in Folge initiierte die Stiftung im Dezember 2011 die „New Year Caravan“. Im Rahmen des Projektes verteilten 30 Mitarbeiter von T-Mobile Macedonia und Makedonski Telekom Weihnachtsgeschenke an 900 Kinder in 15 Einrichtungen wie Heimen oder Krankenhäusern.

Katastrophenhilfe.

Naturkatastrophen, wie Fluten oder Erdbeben, haben oft verheerende Folgen für die Betroffenen vor Ort: Diese verlieren von einem Tag auf den anderen ihre Lebensgrundlage und sind auf Unterstützung von außen angewiesen.

Um den betroffenen Menschen unbürokratisch und schnell zu helfen, arbeitet die Telekom seit Jahren eng mit renommierten Partnern zusammen. Mit Sachspenden und Geldbeträgen leisten wir wirkungsvolle Ersthilfe. Auch unsere Beschäftigten zeigen sich in Katastrophenfällen stets äußerst engagiert, um die Not zu lindern.

Spende für Tsunami-Opfer.

Nach dem folgenschweren Erdbeben am 11. März 2011 in Japan unterstützte die Telekom ihre Kunden darin, Kontakt zu ihren Angehörigen und Freunden in Japan zu halten. Darüber hinaus halfen wir Hilfsorganisationen vor Ort durch Spenden.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Spende für Opfer der Dürre in Ostafrika.

Seit acht Jahren unterstützt die Deutsche Telekom die Arbeit von „[Aktion Deutschland Hilft](#)“ bei humanitären Katastrophen weltweit – jüngst bei der Hungersnot in Afrika. Oftmals engagieren sich neben dem Unternehmen auch einzelne Mitarbeiter.

Seit 2003 übergab die Telekom durch Sofortspenden oder den Aufruf zu Mitarbeiter-spenden insgesamt 3,7 Mio. Euro an das Aktionsbündnis.

Medienkompetenz.

Die Telekom setzt sich für die Stärkung von Medienkompetenz in der Gesellschaft ein. Im Fokus steht der sichere Umgang mit den neuen Informations- und Kommunikationsmedien, vor allem bei älteren Menschen, Kindern und Jugendlichen. Mithilfe der neuen Medien können diese ihren Alltag komfortabler gestalten und gleichberechtigt an der Gesellschaft teilhaben.

Beispiele für unser Engagement sind das Projekt „Telekom@School“ oder die Initiierung des Wettbewerbs „Internet – keine Altersfrage“, in dessen Fokus generationsübergreifende Aktionen zum Thema Medienkompetenz stehen. Ein wichtiger Baustein ist auch die Medienkompetenz-Vermittlung an kleine und mittelständische Unternehmen.

Entgeltfreie Internetzugänge für 34 000 Bildungseinrichtungen.

Im Zuge unseres Infrastrukturprojekts Telekom@School haben wir im April und Mai 2011 rund 34 000 Allgemein- und Berufsbildenden Schulen in Deutschland angeboten, ihre DSL-Bandbreite  von bisher maximal 6 000 kbit/s dauerhaft auf bis zu 16 000 kbit/s umzustellen. Die Umstellung und auch die anschließende Nutzung des Internetzugangs sind nach wie vor kostenfrei. Darüber hinaus stattete die Telekom die Schulen jeweils mit Lizenzen für die neue Kinderschutzsoftware aus.

Allen Schulen, die im VDSL-Ausbaugebiet liegen, haben wir zudem angeboten, ihre Anschlusskomponenten zu vergünstigten Konditionen auf VDSL  zu erweitern. Damit werden Datenübertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 50 000 kbit/s realisiert.

Schnelles Internet für griechische Inseln.

Die griechische Landesgesellschaft Cosmote unterstützt seit 2010 den uneingeschränkten Anschluss ländlicher Regionen an das Internet – mit dem in Griechenland einzigartigen Projekt „Surfing the World“. Die Landesgesellschaft hatte sich zum Ziel gesetzt, bis Ende 2011 alle Schulen in den abgelegenen Teilen der griechischen Inseln an das breitbandige Netz anzuschließen und sie zusätzlich mit der notwendigen Hardware auszustatten. Seit dem Start des Projekts konnten bislang 4 000 Schüler an 81 Schulen erreicht werden.

In Deutschland stattet die Telekom seit dem Jahr 2000 im Rahmen des Infrastrukturprojekts „Telekom@School“ rund 34 000 Allgemein- und Berufsbildende Schulen mit entgeltfreien Internetzugängen aus. Etwa 30 000 dieser Bildungseinrichtungen verfügen mit DSLInfo bereits über einen Breitbandanschluss. Schulkindern und auch Lehrern soll hiermit die Möglichkeit geboten werden, neue Kommunikations- und Medienformen im Bildungsprozess zu nutzen.

Datenschutz wird zum Unterrichtsthema.

Im Vorfeld des Europäischen Datenschutztages fand am 24. Januar 2012 am Friedrich-Ebert-Gymnasium in Bonn eine Informationsveranstaltung mit Dr. Claus-Dieter Ulmer, Datenschutzbeauftragter der Deutschen Telekom, zu Datenschutz an Schulen statt. Im Fokus standen Fragestellungen zum Umgang mit persönlichen Daten, Cybermobbing und Kostenfallen. Das Angebot des Informationsbesuchs in Schulen gilt bundesweit. Interessierte Schulen finden weitere Informationen im Verantwortungsportal der Telekom.

Video



Die Gefahren des Internet, der Datenschutz und notwendige Sicherheitsvorkehrungen waren auch Thema eines fünfminütigen Werbespots, den die Telekom-Stiftung im Berichtszeitraum mit der Klasse 9 b der Europaschule in Bornheim gedreht hat. Bei den achtsündigen Dreharbeiten erläuterten die Schüler ihr Wissen zum Thema. Die Europaschule ist die erste Schule, an der ein solcher Spot gedreht wurde. Drei weitere Schulen sollen folgen. Der Werbespot der Europaschule ist seit dem 14. Februar 2012 auf der Homepage www.teachtoday.de zu sehen. Die Plattform richtet sich an Lehrer, aber auch an Eltern, die sich über moderne Medien informieren wollen.

Teachtoday Deutschland ist eine Initiative der Unternehmen Telekom, Google, Microsoft, O2 und Vodafone. In Kooperation mit dem European Schoolnet sowie der EU-Initiative klicksafe und der Freiwilligen Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter FSM e.V. zielt das Engagement auf die aktive Unterstützung von Lehrern bei der sicheren Nutzung von ICT-Technologien und die Begleitung von jungen Menschen im Medienzeitalter.

Wettbewerb „Internet: Keine Frage des Alters!“ gestartet.

Die generationsübergreifende Teilhabe an den neuen Medien zu ermöglichen, sehen wir als Schlüsselaufgabe unseres Unternehmens an. Deshalb hat die Telekom im Februar 2012 gemeinsam mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen, kurz BAGSO, und mit klicksafe, der EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz, den Wettbewerb „Internet: Keine Frage des Alters!“ gestartet. Damit wollen wir Projekte und Maßnahmen fördern, die älteren Menschen den Umgang mit dem Internet näher bringen. Start war am 7. Februar 2012, dem Safer Internet Day, Schirmherrin ist Kristina Schröder, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend.

Die Gewinner werden im April 2012 von einer unabhängigen Jury gekürt und am zehnten Deutschen Seniorentag vom 3. bis 5. Mai in Hamburg prämiert. Sie erhalten bis zu 5 000 Euro Preisgeld für die Weiterfinanzierung ihres Projekts.

Einbindung von Senioren in Konzepterstellung.

Während der Planungsphase haben wir im Rahmen eines Expertenkreises am 9. November 2011 zusammen mit der BAGSO und interessierten Senioren das Wettbewerbskonzept diskutiert. Die Anregungen wurden in die Konzepterstellung mit einbezogen.

Den Wettbewerb binden wir kommunikativ in unsere Nachhaltigkeitskampagne ein. So greifen wir alle Informationen dazu auf der Internetseite www.telekom.com/nachhaltig-handeln auf und regen unsere Kunden gezielt zum Mitmachen an.

Jugendschutz-Seminare in der Slowakei.

Auch weitere Landesgesellschaften setzen sich für Aufklärung in Bezug auf den sicheren Umgang mit persönlichen Daten im Netz ein: Im Berichtszeitraum veranstaltete die Slovak Telekom gemeinsam mit der NGO e-Slovensko 543 Jugendschutz-Seminare für Lehrer und Schüler, an denen 1 277 Lehrer und 13 800 Schüler

teilnahmen. Zusätzlich wurden 93 000 Handbücher zum Thema Sicherheit im Internet an Eltern und Lehrer verteilt. Darüber hinaus hat die Slovak Telekom neun neue Cartoons für Kinder veröffentlicht, die die Risiken im Umgang mit Internet, Mobiltelefonen und Neuen Medien auf unterhaltsame Weise thematisieren.

Internet erfahren – gemeinsam ins Netz.

Auch im Jahr 2011 haben wir unser Engagement für die Initiative „Internet erfahren – gemeinsam ins Netz“ fortgesetzt. Für den Wettbewerb „Wege ins Netz“ stiftete die Telekom den Sonderpreis „Soziale Netzwerke“.

Mit dem Preis prämiiert die Telekom ein herausragendes Internetprojekt, das die aktive Teilhabe an der Gesellschaft und ihre Mitgestaltung fördert. Soziale Netzwerke und Blogs waren genauso gefragt wie Webseiten, die Aktivitäten außerhalb des Netzes anstoßen. 2011 ging der Preis an das Projekt „Heute ein Engel“ der Stiftung Gute-Tat.de in München, eine innovative Initiative zur Förderung des bürgerschaftlichen Kurzzeit-Engagements.

Die Telekom unterstützt seit August 2010 das Pilotprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) „Internet erfahren – gemeinsam durchs Netz“. Die Initiative richtet sich an Menschen, die das Internet noch nicht zielgerichtet zu nutzen wissen, um sich berufliche und soziale Chancen der digitalen Medien zu erschließen.

Mehr Medienkompetenz für Kinder in Berlin-Marzahn.

Ende 2011 initiierten die Markenagentur mc-quadrat und die Deutsche Telekom gemeinsam mit dem Verein „Straßenkinder e.V.“ ein Projekt zur Steigerung der Medienkompetenz für Kinder und Jugendliche. Jungen Menschen aus Berlin-Marzahn sollte es ermöglicht werden, spielerisch die notwendige Verantwortung im Umgang mit Medien zu erlernen.

Die Kinder und Jugendlichen erzählten dabei ihre Geschichten mit Hilfe moderner Medien und veröffentlichten diese auf einer eigenen Website. Unterstützung erhielten sie von einem Medienpädagogen. Zudem wurde das Jugendhaus Bolle für die Umsetzung des Projekts mit Digitalkameras, Laptops und Software ausgestattet.

Seit dem 16. Februar 2012 ist die [Website](#) der Kinder und Jugendlichen mit ersten Inhalten, darunter Fotos, Animationen, Kurz-Filme oder Stop-Motion Sequenzen online.

Auch Berliner Auszubildende der Telekom unterstützen das Projekt: Sie leisten den Bollekids Hilfestellungen beim verantwortungsvollen Umgang mit den Medien und geben wertvolle Tipps.

Internetpatenschaften gestartet.

Unser konzernweiter Aufruf an die Mitarbeiter im Oktober 2010, sich als Internetpaten zu engagieren, stieß auf großes Interesse: Rund 400 Beschäftigte sind bereit, Menschen beim Umgang mit dem Internet zu begleiten und sie bei den ersten Schritten ins Netz zu unterstützen. Das zunächst für Senioren ausgelegte Programm wurde 2011 auf Vorschlag eines Telekom-Mitarbeiters auch auf Migranten ausgedehnt. Allein in Hannover haben Telekom-Mitarbeiter 2011 mehr als 100 Internet-Seminare für Senioren und Migranten durchgeführt. Ende 2011 ergab sich aus diesem Engagement eine erneute Zusammenarbeit mit dem Verein Wikimedia, der das Online-Lexikon Wikipedia betreut. Wikimedia bot den von der Telekom geschulten Senioren an, im Rahmen eines eigenen Programms als Autoren für Wikipedia zu arbeiten. Das Projekt startet im Juli 2012.

In Datteln veranstalteten Auszubildende der Telekom gemeinsam mit der örtlichen Volkshochschule das Projekt

„AG 50 plus“. Im Januar 2012 vermittelten die Azubis Senioren in einem Grundlagenseminar den Umgang mit dem Handy. Im Februar folgte das Fortgeschrittenen-Seminar, in dem insgesamt 18 Senioren die erweiterten Funktionen ihres Mobiltelefons kennenlernten.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Stärkung des Jugendschutzes, bessere Verzahnung der Programme sowie Intensivierung des internationalen Austauschs über konkrete Projekte innerhalb des Konzerns	Ziel erreicht. • Aufbau von Strukturen für regelmäßigen Austausch • Jugendschutz-Guideline • Kooperationen u.a. mit „Teachtoday“, „fragFinn“ etc. • Kinderschutz Software • Bundesweites Programm „Datenschutz an Schulen“ gestartet • ICT Principles • CR-Manager-Meetings und -Calls werden als Austauschplattform genutzt.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.



Bildung engagement.

Bildung ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für Innovation und Fortschritt. Als Technologie- und Innovationsunternehmen ist auch die Telekom auf qualifizierten Nachwuchs angewiesen. Daher sehen wir in einem breiten Bildung engagement ebenso wie in der Förderung junger Talente einen Schlüssel für unseren langfristigen Erfolg.

Über die Unternehmensgrenzen hinaus setzen wir uns mit großem Engagement für den Kompetenzerwerb der kommenden Generationen ein:

- Mit der „Ich kann was!“-Initiative stärkt die Telekom jene Kompetenzen, die Kinder und Jugendliche dazu befähigen, die Anforderungen des Alltags zu bewältigen und ihr Leben gut und erfolgreich zu gestalten.
- Wesentlicher Baustein unseres Bildung engagement in Deutschland ist seit vielen Jahren die Deutsche Telekom Stiftung, die zu den größten Unternehmensstiftungen des Landes gehört.
- Beim Thema Aus- und Weiterbildung setzen wir auf Hochschulkooperationen, Stipendien und die Vergabe von Förderpreisen.
- Im Rahmen der Talentförderung fördern wir verstärkt MINT-Initiativen und benachteiligte Jugendliche.

Initiative „Ich kann was!“

2011 wurde von Mitarbeitern, Führungskräften und Vorständen der Deutschen Telekom der Verein „Ich kann was!“ - Initiative für Kinder und Jugendliche e.V. gegründet. Die Arbeitsstruktur und Förderaufgaben unserer gleichnamigen Initiative wurden vollständig auf den gemeinnützigen Verein übertragen. Mit Gründung des Vereins wurde die Arbeit der Initiative institutionalisiert. Ziel ist es, durch zusätzliche Spendenmöglichkeiten und die Einbindung von Partnern den Spielraum für die Fördertätigkeit zu erhöhen. So sollen zukünftig noch mehr Einrichtungen in der kompetenzfördernden Arbeit unterstützt werden. Anfang 2012 nahm der Verein offiziell seine Arbeit auf.

Förderung von mehr als 50 000 Kindern und Jugendlichen.

Auch 2011 hat die Telekom mit der „Ich kann was!“-Initiative wieder zahlreiche Kinder- und Jugendprojekte in sozialen Brennpunkten unterstützt. Aus mehr als 850 Bewerbungen wählte eine Jury 87 Projekte aus, die wir mit jeweils maximal 15 000 Euro gefördert haben. Seit dem Start der Initiative im Jahr 2009 haben wir somit bereits 200 Projekte unterstützt und dabei mehr als 50 000 Kinder und Jugendliche erreicht. Das Gesamtfördervolumen betrug bis Ende 2011 rund zwei Millionen Euro. Für das Jahr 2012 stellt der Verein erneut mehr als 500 000 Euro zur Verfügung.

Inhaltlicher Schwerpunkt: „Gerechte Gesellschaft“.

Einen inhaltlichen Schwerpunkt der Ausschreibung 2011 bildete das Thema „Gerechte Gesellschaft“. Ob Filmprojekte, die sich mit Ausgrenzungserfahrungen auseinandersetzen, interkulturelle Theaterstücke oder Workshops zu gewaltfreier Kommunikation – gefragt waren Projekte, die ein respektvolles und tolerantes Miteinander fördern. Denn: Empathie- und Konfliktfähigkeit sind von zentraler Bedeutung für die Entwicklung persönlicher Zukunftschancen.

Beim „Toleranzcamp – Groß und Klein wachsen zusammen“ des Vereins „Freidenker Barnim“ in Bernau bei Berlin verbrachten Kinder und Jugendliche aus unterschiedlichen sozialen Schichten und Kulturen sowie mit oder ohne Handicap im Juni 2011 eine Woche zusammen in einem Camp. Werte wie Verantwortungsgefühl, Toleranz, Vertrauen und Respekt standen hierbei im Fokus.

CR-Bericht des Vorjahres

Mit der „Ich kann was!“- Initiative stärkt die Telekom jene Kompetenzen, die Kinder und Jugendliche dazu befähigen, die Anforderungen des Alltags zu bewältigen und ihr Leben gut und erfolgreich zu gestalten. Nach den Kriterien der Organisation für Entwicklung und Zusammenarbeit (OECD) sind diese Schlüsselkompetenzen

- die Fähigkeit zu selbstständigem und selbstbewusstem Handeln,
- die Kompetenz, sich erfolgreich in sozial unterschiedlichen Gruppen bewegen zu können sowie
- das Vermögen, mit den Instrumenten der Kommunikation und des Wissens souverän umzugehen.

Im Fokus stehen Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 9 und 14 Jahren. Durch Erfolgserlebnisse – beispielsweise in Musik-Workshops, Kochkursen oder beim gemeinsamen Bau eines Schiffs – sollen die Heranwachsenden ermutigt werden, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln. Besonderes Augenmerk liegt dabei

auf der Unterstützung von Einrichtungen in mittelbarer oder unmittelbarer Nähe von sozialen Brennpunkten. Die Bandbreite ¹¹ aller geförderten Projekte reicht vom Erwerb von Alltagskompetenzen über medien- und kulturpädagogische Projekte bis hin zu erlebnisorientierten Angeboten.

Vernetzung der „Ich kann was!“-Projekte.

Im Berichtszeitraum haben wir die sukzessive Vernetzung der geförderten Einrichtungen und Projekte weiter vorangetrieben. So fand 2011 bereits zum zweiten Mal der „Ich kann was!“-Cup in Berlin statt. Mehr als 180 Kinder und Jugendliche aus geförderten Projekten in ganz Deutschland reisten dafür in die Bundeshauptstadt und spielten in 24 Teams mit- und gegeneinander Fußball.

Auszeichnung der UN-Dekade.

Am 28. Februar 2012 erhielt die „Ich kann was!“-Initiative zum zweiten Mal die Auszeichnung der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“. Die Übergabe durch den Vorsitzenden des Nationalkomitees, Prof. Dr. Gerhard de Haan, und den Generalsekretär der Deutschen UNESCO-Kommission, Roland Bernecker, erfolgte im Rahmen eines internationalen Workshops in Bonn. Dort setzten sich Fachleute aus der ganzen Welt mit vielfältigen Themen aus dem Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung auseinander.



Deutsche Telekom Stiftung.

Seit 2003 setzt sich die gemeinnützige Deutsche Telekom Stiftung für die Verbesserung der Bildung in den sogenannten MINT-Fächern – Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – ein. Mit einem Stiftungskapital von 150 Millionen Euro gehört sie zu den größten Unternehmensstiftungen in Deutschland. Die Stiftung arbeitet in den Handlungsfeldern

- Frühe Bildung,
- Unterricht und mehr,
- Lehrerbildung,
- Talentförderung und
- Impulse.

2011 flossen insgesamt rund 10,9 Millionen Euro in die Projektarbeit. Die Stiftung beteiligt sich auch am Corporate Volunteering-Programm engagement@telekom des Konzerns. Unter dem Motto „Bildung braucht jeder – Bildung braucht jeden“ werden vor allem ehrenamtliche Engagements von Mitarbeitern in Kindertagesstätten und an Schulen gefördert.

Natur-Wissen schaffen.

Im Jahr 2010 hat die Deutsche Telekom Stiftung im Rahmen des Projekts „Natur-Wissen schaffen“ mit der Fortbildung von Multiplikatoren begonnen, die anschließend Fachkräfte in Kindertageseinrichtungen in ganz Deutschland schulen sollen. 2011 wurden 250 Multiplikatoren ausgebildet. Bis zum Herbst 2012 werden insgesamt 650 Multiplikatoren geschult worden sein. Außerdem stattet die Stiftung die Einrichtungen mit Unterrichtsmaterialien aus, die in den vergangenen Jahren innerhalb des Projekts „Natur-Wissen schaffen“ erarbeitet wurden.

Ausbildung pädagogischer Fachkräfte.

Am 14. September 2011 veranstaltete die Telekom-Stiftung gemeinsam mit der Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ und dem Verein „Schulen ans Netz“ (BIBER Netzwerk) eine Tagung zur Ausbildung pädagogischer Fachkräfte. Im Ergebnis der Tagung will die Telekom-Stiftung ihre Aktivitäten in diesem Bereich ausbauen. Dieses soll aufbauend auf dem Ausbildungscurriculum für pädagogische Fachkräfte geschehen, das im Rahmen des Projekts „Natur-Wissen schaffen“ bis zum Herbst 2012 erarbeitet wird.

Verbundprojekt in Planung.

Im Anschluss an das Projekt Natur-Wissen schaffen plant die Stiftung ein Verbundprojekt, das die Ausbildung pädagogischer Fachkräfte in Deutschland an Fach- und Hochschulen vorantreibt. Als Grundlage dafür wird ein Kompetenzmodell erarbeitet, das sich auf zwei zentrale Dimensionen fokussiert: die Fachkompetenzen sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Fachkräfte. Das Modell ist nicht fachspezifisch formuliert und kann somit auch auf andere inhaltliche Bereiche übertragen werden. Die MINT-Kompetenzen dienen als Beispielfeld.

Kita-Wettbewerb „Forschergeist 2012“.

Gemeinsam mit der Stiftung Haus der kleinen Forscher startete das Projekt Natur-Wissen schaffen am 1. Dezember 2011 den Wettbewerb „Forschergeist 2012“. Bundesweit werden Kindertagesstätten dazu aufgefordert, sich mit ihren MINT-Konzepten zu bewerben. Die Schirmherrschaft hat Bundesbildungsministerin

CR-Bericht des Vorjahres

Natur-Wissen schaffen ist das größte Einzelprojekt im Handlungsfeld Frühe Bildung. Bereits seit 2006 unterstützt die Deutsche Telekom Stiftung in diesem Rahmen Erzieher in Deutschland dabei, MINT-Kompetenzen altersgerecht zu vermitteln.

Unterstützung von „Schule interaktiv“.

Als Beitrag zum erfolgreichen Übergang des Projekts „Schule interaktiv“ in den Regelbetrieb der Bundesländer wird die Deutsche Telekom Stiftung das Projekt bis Ende des Schuljahres 2011/2012 finanziell unterstützen. Dadurch können in mehr als 40 Schulen neue Medien in die Lehr- und Lerntätigkeit integriert werden.

Bundesweites Netzwerktreffen.

Im Rahmen des Projekts veranstaltete die Stiftung am 24. und 25. November 2011 im Wissenschaftszentrum Bonn ein Treffen mit etwa 100 Teilnehmern. Themen wie Internet, Datenschutz und Soziale Netzwerke wurden in Diskussionsrunden behandelt. Insbesondere der verantwortungsvolle Umgang mit dem Thema Social Media wurde diskutiert.

Im Rahmen ihres Handlungsfelds Unterricht & mehr initiierte die Deutsche Telekom Stiftung 2005 das Projekt „Schule interaktiv“. Darin wurde die Integration neuer Medien in die Lehr- und Lerntätigkeit untersucht. An zunächst vier, später insgesamt 42 weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Sachsen erarbeiteten Lehrerkollegien eigene Konzepte für die Einbindung neuer Medien in den Unterricht.

Lehrerwettbewerb „Mathekönner“.

Wettbewerb „Mathekönner“.

Im Jahr 2011 rief die Telekom-Stiftung den Wettbewerb „Mathekönner“ ins Leben. Bundesweit waren alle Lehrer von Haupt- und Förderschulgängen nicht gymnasialer Schulformen aufgerufen, innovative und bereits erprobte Konzepte zur Förderung von Jugendlichen mit Schwächen in Mathematik einzureichen.

Eine Fachjury wählte aus den 20 eingegangenen Bewerbungen die besten Konzepte aus und prämierte die Sieger am 22. November 2011 anlässlich der ersten Multiplikatorentagung „Mathe sicher können“ mit jeweils 3 000 Euro.

Multiplikatorentagung 2012.

2012 findet eine zweite Multiplikatorentagung statt, auf der Module für den Bereich Dezimalzahlen, Brüche und Prozente erarbeitet und getestet werden sollen. Teilprojekte zur Lehrerfortbildung und Schulentwicklung starteten bereits Ende 2011.

Die Deutsche Telekom Stiftung hat die Verbesserung der mathematischen Bildung zu einem Schwerpunkt ihrer Arbeit gemacht. Im Handlungsfeld Lehrerbildung ging Anfang 2011 das Projekt „Mathe sicher können“ in die Umsetzung – ausgestattet mit 1,4 Millionen Euro.

Mit diesen Stiftungsgeldern werden Unterrichtsstrukturen, -konzepte und -materialien für leistungsschwächere Schüler und deren Lehrer in der Sekundarstufe I entwickelt und erforscht. Dadurch soll eine individuellere und effektivere Gestaltung des Mathematikunterrichts ermöglicht werden. Das Projekt wird in Zusammenarbeit mit

der Technischen Universität Dortmund, der Freien Universität Berlin, der Pädagogischen Hochschule Freiburg und der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster umgesetzt. Es ist zunächst auf drei Jahre angelegt.

Kompetenzzentrum für Lehrerbildung.

Auf Empfehlung eines von der Telekom-Stiftung eingesetzten Expertengremiums veröffentlichte die Stiftung 2011 eine Ausschreibung für ein Kompetenzzentrum für Lehrerbildung im Fach Mathematik. Die Resonanz war enorm: Die gesamte deutsche Mathematikdidaktik prüfte eine Beteiligung, letztlich beteiligten sich vier Konsortien mit insgesamt 17 Partnern.

Aufnahme der Arbeit zum Wintersemester 2011/2012.

Gewonnen hat das Konsortium unter Leitung der Humboldt-Universität zu Berlin. Beteiligt sind außerdem die Freie Universität Berlin, die Deutsche Universität für Weiterbildung, die Universitäten in Bochum, Duisburg-Essen und Paderborn sowie die Technische Universität Dortmund. Mit dem Wintersemester 2011/2012 nahm das Kompetenzzentrum offiziell seine Arbeit auf. Im Frühjahr 2012 geht die geplante Kommunikationsplattform des Zentrums im Internet online. Zum Wintersemester 2012/2013 startet der erste Weiterbildungsstudiengang.

Das Deutsche Zentrum für Lehrerbildung Mathematik richtet sich an pädagogische Fachkräfte für den Vorschulbereich und Mathematik-Lehrer, aber auch an andere Multiplikatoren, die sich zusätzlich qualifizieren wollen. In Aufbau und Betrieb des Zentrums wird die Stiftung in den kommenden fünf Jahren rund fünf Millionen Euro investieren. Da eine gute mathematische Bildung als Grundlage für den Kompetenzaufbau und -ausbau in den anderen MINT-Fächern gilt, wird sich die Arbeit des Kompetenzzentrums zunächst auf das Fach Mathematik konzentrieren. Perspektivisch sollen auch in den weiteren MINT-Bereichen fachwissenschaftliche und fachdidaktische Weiterbildungen angeboten werden.

Lernen vor Ort: Schulungen für Multiplikatoren.

Im Berichtszeitraum finanzierte die Telekom-Stiftung drei Multiplikatorenschulungen für die „Klasse(n)kisten“. Mit den darin enthaltenen Experimentiersets und Unterrichtsmaterialien können Themen wie „Luft und Luftdruck“, „Schall“ oder „Schwimmen und Sinken“ in der Grundschule anschaulich vermittelt werden. Bundesweit sollen die von der Telekom-Stiftung finanzierten Materialien an etwa 1 600 Grundschulen zum Einsatz kommen. Bis Ende 2011 wurden die ersten 150 Klasse(n)kisten an Teilnehmer des Kooperationsprojekts „Lernen vor Ort“ übergeben.

Darüber hinaus veranstaltete die Stiftung 2011 zwei Schulungen im Rahmen des Projekts Natur-Wissen schaffen für Kita-Fortbilder aus den „Lernen vor Ort“-Kommunen.

Das im Jahr 2009 vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gemeinsam mit einem Stiftungsverbund aus inzwischen mehr als 140 Stiftungen initiierte Projekt „Lernen vor Ort“ schafft für Landkreise und kreisfreie Städte Anreize, ein konsequentes und aufeinander abgestimmtes Bildungsmanagement aufzubauen. Auch die Deutsche Telekom Stiftung unterstützt das 60-Millionen-Euro-Projekt.

Als Themenpate für das Handlungsfeld Wirtschaft, Technik, Umwelt und Wissenschaft bietet sie Konzepte und Materialien aus ihren Projekten „Natur-Wissen schaffen“, „Klasse(n)kisten“, „Junior-Ingenieur-Akademie“ und „Mathematik anders machen“ an. Die Beteiligung der Stiftung ist zunächst auf drei Jahre (2010-2013) angelegt.

Magenta-Sofa: Stiftungsengagement nach innen tragen.

Mit der Talkreihe „Magenta-Sofa“ trägt die Deutsche Telekom Stiftung seit Frühjahr 2011 ihr Bildungsengagement auch in die Regionen. An den Telekom-Standorten in Dortmund und München waren die Beschäftigten eingeladen, mit Telekom-Vorständen und prominenten Gästen über Bildungsfragen zu diskutieren. In Dortmund stand bei einer Veranstaltung mit Vorstandschef René Obermann die Talentförderung im Fokus. In München diskutierte Finanzvorstand Timotheus Höttges, der auch Kuratoriumsvorsitzender der Stiftung ist, mit den Mitarbeitern über lebenslanges Lernen. Begleitet wird die Reihe vom Bereich Corporate Responsibility, der vor Ort Aktivitäten wie die „Ich kann was!“ - Initiative und das Corporate Volunteering-Programm engagement@telekom vorstellt.

2012 wird die Talkreihe mit Veranstaltungen in Berlin und Hamburg fortgesetzt.

„Bildung braucht jeder – Bildung braucht jeden“.

Im Rahmen des im Dezember 2011 gestarteten Projekts „Bildung braucht jeder – Bildung braucht jeden“ fördert die Deutsche Telekom Stiftung in Kooperation mit dem Bereich Corporate Responsibility das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitern in Kindertagesstätten und Schulen. Insbesondere in den Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik können die Mitarbeiter Angebote begleiten, die über den Alltag in Kita und Schule hinausgehen und dafür eine finanzielle Förderung bei der Stiftung beantragen. So unterstützen die Mitarbeiter zum Beispiel Exkursionen, Projekttag oder Arbeitsgemeinschaften wie eine Roboter-AG oder eine Naturwerkstatt.



Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Aufbau von Junior-Ingenieur-Akademien mit einem Mädchenanteil von mindestens 50 %	Ziel erreicht. • Erhöhung der Zahl der Schulen in Deutschland mit Junior-Ingenieur-Akademie auf insgesamt 32 (Ende 2011)

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Engagement in Aus- & Weiterbildung.

Als internationaler ICT-Konzern ist die Deutsche Telekom auf qualifizierten Nachwuchs angewiesen. Als einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland investieren wir umfangreich in die Qualifikation der jungen Generation. Auch in externen Projekten bemühen wir uns darum, allen Jugendlichen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft zu erleichtern.

T-Systems Slovakia unterstützt IT-Ausbildung.

Mit dem Angebot einer öffentlichen Sommer- und einer Abenduniversität fördert T-Systems Slovakia bereits seit 2006 die ICT-Bildung in der Region Košice. In Kooperation mit regionalen Universitäten bietet das Unternehmen Unterricht in ICT-Administration an. Bis Ende 2011 haben mehr als 350 Studierende die für sie kostenlosen Seminare besucht.

2008 gründete das Unternehmen die T-Systems Education Academy in Kooperation mit der Technischen Universität von Košice. Im Rahmen dieses Projekts entwickelt T-Systems Slovakia ICT Vorträge für die Universität. Die Vorträge werden vom Slowakischen Bildungsministerium anerkannt.

2011 startete T-Systems Slovakia ein weiteres Bildungsprojekt in Kooperation mit drei Grundschulen in Košice. 2011 unterrichteten dort zunächst zehn Freiwillige Windows und Linux, um die Schüler für die Bedeutung von ICT in der Ausbildung zu sensibilisieren. Das Projekt soll ausgeweitet werden, um künftig alle Ausbildungsstufen zu erreichen.

Griechische Gesellschaften investieren in Bildung.

Traditionell unterstützt Cosmote Greece bedürftige Studenten mit Stipendien und besonderen Auszeichnungen. Im zehnten Jahr des Programms schloss sich OTE an, wodurch erstmals 15 anstelle von zehn Stipendien vergeben werden konnten. Jeder Stipendiat erhält 15 280 Euro. Darüber hinaus zeichnete Cosmote Greece 27 Studenten für besondere fachliche und außerschulische Leistungen mit einem Preisgeld von jeweils 1 528 Euro aus. Damit betrug die Gesamtfördersumme im Jahr 2011 270 456 Euro. Bei der Auswahl berücksichtigten die griechischen Landesgesellschaften speziell Studenten, die zum Beispiel aufgrund einer Behinderung oder einer einkommensschwachen Familie besondere Unterstützung benötigen.

Auch in Zeiten der Wirtschaftskrise in Griechenland geben OTE und Cosmote Greece ihre Bildungsengagements nicht auf und bieten unter anderem weiterhin bezahlte Praktika an. Ziel ist es, jungen Menschen den Einstieg in die Berufswelt zu erleichtern und ihnen notwendige Kompetenzen zu vermitteln.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Schulkooperation für kabellosen Internetzugang.

Zusammen mit der Marienschule in Limburg haben wir 2010 das Kooperationsprojekt „WLAN-AG“ gestartet. Lehrer, Schüler und Auszubildende der Telekom sowie der Leiter des Telekom-Ausbildungszentrums haben sich darin zum Ziel gesetzt, das Gymnasium mit WLAN zu versorgen und neue Ideen für die weitere IT-Ausstattung

der Schule zu entwickeln.

Weitere Projekte in der Umsetzungsphase.

Im April 2011 installierten die Schüler gemeinsam mit der Telekom einen Internetzugang für Mensa und Mediathek. Eine Erweiterung auf das Lehrerzimmer und den Schulhof ist für die Herbstferien 2012 geplant. Darüber hinaus entwickelten wir ein neues Design für das WLAN. Weitere Projekte befinden sich bereits in der Umsetzungsphase, wie etwa die Einrichtung eines Schulnetzes und einer Lernplattform.

Bücher und Schulmaterial für bedürftige Kinder.

T-System Singapore: Bücher für benachteiligte Kinder.

Mit ihrem 2011 gestarteten Projekt BookMATTERS will T-Systems Singapore Kleinkindern und jungen Lesern in Asien das Lesen nahebringen und damit den Analphabetismus bekämpfen. Gemeinsam mit der Nonprofit-Organisation Blessings in a Bag hat das Unternehmen dazu eine Sammelaktion für Bücher durchgeführt. Ziel ist es, über einen Zeitraum von sechs Monaten 1 000 Bücher zu sammeln. Die 150 Beschäftigten von T-Systems Singapore spendeten insgesamt 410 Bücher.

OTE: Mitarbeiter spenden Schulmaterial.

Auch die griechische Landesgesellschaft hat im Berichtszeitraum eine landesweite Sammlung von Schulmaterial bei ihren Beschäftigten durchgeführt. Rund 70 Kartons mit Materialien wurden dabei gesammelt und über die gemeinnützige Organisation „The Smile of the Child“ bedürftigen Kindern zur Verfügung gestellt, um ihnen eine gleichberechtigte Teilhabe an schulischen Bildungsprozessen zu ermöglichen.

Talentförderung.

Die Deutsche Telekom fördert sowohl innerhalb des Konzerns, als auch in der Gesellschaft junge Talente und innovative Geschäftsideen.

Förderung junger Wirtschaftstalente aus Österreich.

Im dritten Jahr in Folge haben tele.ring, eine Mobilfunkmarke von T-Mobile Austria, und Sony Ericsson 2011 österreichische Studenten dazu aufgerufen, am Wettbewerb „Bessermacher“ teilzunehmen. Ziel war es erneut, ein Mobilfunkkonzept für die Zukunft zu entwickeln. Die besten zehn aus 200 Teams traten mit ihren Konzepten beim großen Finale am 17. Juni vor der „Bessermacher“-Jury gegeneinander an. Zu gewinnen gab es eine Reise nach Australien. Die Zweit- und Drittplatzierten erhielten bezahlte Praktika bei tele.ring und Sony Ericsson sowie Handys. Sieger wurde ein fünfköpfiges Team der FH Joanneum, das die Fachjury mit einem innovativen Tarif sowie einer exzellenten werblichen Umsetzung überzeugte. Das Siegerkonzept ist in die Tarifgestaltung von tele.ring eingeflossen.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

T-Mobile Czech Republic fördert Start-ups.

Im Rahmen des im September 2011 gestarteten Projekts „Takeoffs“ gaben 15 Beschäftigte ihr Wissen an angehende Unternehmer weiter. Diese konnten sich mit ihren Geschäftsideen um eine Förderung bewerben. 343 Bewerber – davon 144 Frauen – folgten dem Aufruf und reichten ein breites Spektrum an Ideen ein, von der Gründung einer Seifenfabrik bis zum Vertrieb von Hybrid-Fahrzeugen. 42 regionale und zwei nationale Projekte wurden mit Preisen im Wert von sieben Millionen Tschechischen Kronen ausgezeichnet – dies entspricht 280 355 Euro. Die nationalen Preise gingen an einen Tandemverleih und eine Skateboard Manufaktur. Die Gewinner erhalten nicht nur finanzielle Unterstützung sondern werden auch mit Telekommunikationspaketen sowie Smartphones und Laptops ausgestattet und bei der Entwicklung ihrer Verkaufsstrategie beraten.

Förderung künftiger Elektroingenieure in Kroatien.

Die Hrvatski Telekom fördert jährlich die besten angehenden Elektroingenieure des Landes in ihrem letzten Studienjahr. Im Studienjahr 2011/2012 erhalten sechs Studenten aus der Fakultät für Elektrotechnik und Informatik (Faculty of Electrical Engineering and Computing, FER) in Zagreb ein Stipendium. Außerdem stehen den Stipendiaten Experten der kroatischen Landesgesellschaft als Mentoren zur Seite. Diese halten auch Gastvorlesungen an den Partner-Universitäten.

Stipendien der Step into Life Campaign.

Im Jahr 2011 trat die Hrvatski Telekom außerdem der Step into Life Campaign des Rotary Clubs Zagreb Kaptol bei und verpflichtete sich, fünf Stipendiaten während ihrer Regelstudienzeit mit einem monatlichen Stipendium in Höhe von HRK 1 600 (211 Euro) zu unterstützen. Der Rotary Club organisiert die Kampagne bereits im vierten Jahr in Folge. Sie unterstützt Menschen, die frühzeitig Kinderheime oder Pflegefamilien verlassen haben und daher bislang keine höhere Bildung erlangt haben.

Stipendienprogramm von T-Sytems Slovakia.

Im Rahmen des seit 2010 bestehenden Stipendienprogramms von T-Systems Slovakia wurden 2011 sechs Studenten unterstützt. Es wird in Zusammenarbeit mit der „Carpathain Foundation“ umgesetzt und richtet sich an angehende Studenten technischer Fachrichtungen aus benachteiligten Verhältnissen, die überdurchschnittliche Leistungen zeigen. Voraussetzung ist außerdem, dass sich die Studenten ehrenamtlich engagieren. Das Stipendium soll Ausbildungsmöglichkeiten für junge Menschen aus dem Osten der Slowakei schaffen und damit gleichzeitig die Zahl der qualifizierten Ingenieure im Land erhöhen. Jeder Stipendiat erhält eine finanzielle Unterstützung von jährlich 1 400 Euro sowie ergänzende Beratung.



Sponsoring.

Kultur und Sport sind zwei Bereiche, aus denen die Gesellschaft Innovationskraft schöpft. Sie schaffen Zusammenhalt, ermöglichen grenzüberschreitende Verständigung und bewegen die Menschen.

Seit fast zwanzig Jahren engagieren wir uns in Deutschland für die Sportwelt und fördern die Kulturlandschaft. Inzwischen zählen wir zu den größten nationalen Sponsoren in diesen Bereichen. Auch die Landesgesellschaften sind in der Förderung von Kultur und Sport aktiv. Dieser Einsatz ist Ausdruck unseres Selbstverständnisses als internationaler Konzern, der seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachkommt.

Unsere Aktivitäten im Kultursponsoring konzentrieren sich auf die Förderung von Musik und bildender Kunst. Wir unterstützen etablierte Künstler und aufstrebende Talente.

Ob Leistungssport, Breiten-, Behinderten- oder Schulsport: Was für uns zählt, sind Teamgeist, Toleranz und gesellschaftliche Verantwortung. Diese Werte stehen im Zentrum unseres Sportsponsorings.

Kultursponsoring.

Von Beethoven und elektronischen Beats über zeitgenössische bildende Kunst bis hin zu Cross-over-Kulturevents: Die Deutsche Telekom fördert die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten. Gemeinsam mit verschiedenen Partnern der nationalen und internationalen Kunst- und Musikszene wollen wir den Menschen Zugang zu einem breiten kulturellen Angebot ermöglichen. Darin bringen wir unsere Erfahrungen in der effektiven und breitenwirksamen Kommunikation und Vermarktung ein. Zudem stellen wir bei Bedarf auch moderne Technologien und Produkte zur Verfügung.

„Telekom Beethoven Competition“: 28 Teilnehmer aus 13 Nationen.

Am 10. Dezember 2011 endete der internationale Wettbewerb mit einem Finale in der Beethovenhalle in Bonn. 95 Pianisten aus 33 Nationen hatten sich für die vierte „International Telekom Beethoven Competition Bonn“ beworben, die von der Telekom ins Leben gerufen wurde. Die Auswahlkommission lud 28 Teilnehmer aus 13 Ländern ein, sich beim Klavierwettbewerb in Bonn zu präsentieren.

Neben einem Preisgeld für die beste Solistenleistung und weiteren Sonderpreisen ging es für die Pianisten erneut auch um begehrte Konzertengagements. Am 1. Dezember wurden die Kandidaten beim „Welcome Concert“ dem Publikum vorgestellt. Der international besetzten Jury präsentierten sie ihr Können dann vom 2. bis 10. Dezember in Bonn.

60 000 Euro Preisgeld.

Platz eins ging 2011 an den Chinesen Jingge Yan. Der Pianist freute sich über 30 000 Euro Preisgeld und eine CD-Produktion. Insgesamt ist die „International Telekom Beethoven Competition Bonn“ mit mehr als 60 000 Euro dotiert.

Wir unterstützen junge Musiker auf ihrem Weg in die Spitzenklasse. Beispielsweise durch die „International Telekom Beethoven Competition Bonn“: Diesen Klavierwettbewerb haben wir im Jahr 2005 ins Leben gerufen. Der Klavierhersteller Steinway & Sons, die Stadt Bonn, das Beethoven Orchester Bonn und das Beethoven-Haus Bonn sind unsere Partner. Alle zwei Jahre stellen sich Nachwuchspianisten aus der ganzen Welt einer hochkarätigen internationalen Jury.

„Telekom Street Gigs“ – erfolgreich im fünften Jahr.

Seit 2007 haben mehr als 35 000 Fans Konzerte an außergewöhnlichen Schauplätzen wie Fähren, Botanischen Gärten oder Parkdecks live erlebt.

Die Konzertreihe ist gerade bei jungen Menschen sehr beliebt: So bewarben sich im Berichtszeitraum mehr als 40 000 Fans auf Konzerttickets für die Künstler Robyn, Thomas D., Milow, White Lies, The Subways, Jennifer Rostock, Clueso und Casper. Auch der Live Stream im Internet nahm mit rund 70 000 Zuschauern im Vergleich zum Vorjahr deutlich zu.

95 000 aktive Community-Mitglieder.

Neben den Besuchern vor Ort verfolgten im Berichtszeitraum drei Millionen Zuschauer die Konzerte im

Fernsehen. Die Street Gigs Online Community ist 2011 um knapp 25 000 auf jetzt 95 000 aktive Mitglieder angestiegen.

Mit den „Telekom Street Gigs“ leisten wir seit 2007 einen weiteren Beitrag zur Musikkultur in Deutschland. Die Konzertreihe schafft einzigartige Musikerlebnisse mit nationalen und internationalen Mainstream-Künstlern unter dem Motto: „Die besten Bands, wo sie keiner erwartet!“

„Electronic Beats“ europaweit.

18 Musikveranstaltungen in Deutschland, Österreich, Tschechien, Ungarn, Kroatien, Polen, der Slowakei und den Niederlanden fanden 2011 im Rahmen des Musik- und Lifestyle-Programms der „Telekom Electronic Beats“ statt. Etablierte wie junge, aufstrebende Künstler wurden von mehreren Zehntausend Fans gefeiert.

Darüber hinaus zeigten wir vom 19. Dezember 2011 bis 8. Januar 2012 im Admiralspalast in Berlin eine Fotoausstellung zur Karriere von Bryan Ferry, die der US-amerikanischen Musiker selbst eröffnete.

Beim „Electronic Beats Weihnachtsbasar“ im Dezember 2011 in Köln sammelten wir Spenden in Höhe von 5 350 Euro zugunsten der Kölner Jugendzentren GmbH.

„Electronic Beats“ ist das internationale Musik- und Lifestyle-Programm der Telekom, das inzwischen auf eine mehr als zehnjährige Erfolgsgeschichte zurück blickt. Neben Live-Events in ganz Europa gehören zu „Electronic Beats“ auch das vierteljährlich erscheinende Musik- und Club-Kultur-Magazin, die Slices DVD-Reihe mit Neuigkeiten aus der elektronischen Musikwelt sowie der Online-Bereich electronicbeats.net.

Zuschauerrekord bei „Extreme Playgrounds“.

Unter dem Motto „Erleben, was verbindet“ schaffen wir mit den „Telekom Extreme Playgrounds“ seit 2007 einzigartige Erlebnisse. Bis zu 18 000 vor allem junge Menschen besuchen seither jährlich in Duisburg, Hamburg und Berlin unsere Veranstaltungen – eine Mischung aus Action-Sport und Festival-Feeling.

Im Jahr 2011 registrierten wir durch zwei ausverkaufte Veranstaltungen mit 4 400 Besuchern im April in Duisburg und 8 500 Besuchern im August in Hamburg sowie mit 5 500 Besuchern in Berlin einen neuen Zuschauerrekord.

Im Berichtszeitraum verzeichneten wir zudem eine weitere Steigerung der Reichweite und Bekanntheit der Veranstaltungsreihe in Deutschland: Mit knapp 50 000 Facebook-Fans sind die „Telekom Extreme Playgrounds“ das beliebteste Action-Sport-Event Europas und eines der fünf angesehensten Musik-Festivals Deutschlands. Auch der Mediawert für die Telekom stieg im fünften Jahr in Folge deutlich.

Als Titelsponsor unterstützen wir seit 2007 die „Telekom Extreme Playgrounds“. Diese Veranstaltung, in der Action-Sport mit Musik kombiniert wird, begeistert vor allem junge Menschen. Top-Athleten aus der ganzen Welt treten in den Sportarten BMX, Mountainbike, Wakeboard und Skateboard in Wettbewerben gegeneinander an. Angesehene Bands sorgen zwischen den sportlichen Wettkämpfen mit Konzerten für Festival-Stimmung.

„New Horizons International Film Festival“ in Breslau.

Die Unterstützung des „New Horizons International Film Festival“, eines der größten dieser Art in Polen, stellt ein zentrales Engagement der polnischen Ländergesellschaft PTC dar. Mehr als 111 000 Menschen sahen 2011 die

auf dem Festival präsentierten Filme. Insgesamt wurden 483 Filme aus 44 Ländern gezeigt. 2011 übernahm die PTC die Schirmherrschaft für das von polnischen Studenten umgesetzte Filmprojekt „Nowe Horyzonty Edukacji Filmowej“.

Hrvatski Telekom unterstützt zeitgenössische Kunst in Kroatien.

Seit dem Jahr 2007 ist Hrvatski Telekom Partnerin des Museum of Contemporary Art in Zagreb. Die kroatische Landesgesellschaft unterstützt das Museum sowohl finanziell als auch mit Telekommunikationsinfrastruktur und entsprechenden Dienstleistungen. Im Rahmen der Kooperation wurde 2011 bereits zum vierten Mal der Wettbewerb T-HTnagrada@msu.hr ausgetragen, die renommierteste jährliche Auszeichnung für zeitgenössische Kunst in Kroatien. Die prämierten Werke werden als Bestandteil der Hrvatski Telekom-Sammlung im Museum of Contemporary Art ausgestellt.

Sportsponsoring.

Im Mittelpunkt unserer Sportsponsoring-Philosophie stehen Fairness, Toleranz und Teamgeist. Diese Werte, die auch für den Konzern gelten, fördern wir im Rahmen von langfristigen Engagements und Kooperationen. Um unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, setzen wir uns heute noch stärker als bisher für den Breiten-, Schul- und Behindertensport und für den Nachwuchsbereich ein. Jedoch spielt insbesondere im Jahr der olympischen und paralympischen Spiele in London 2012 auch die Förderung von Spitzensportlern und in diesem Zusammenhang unsere Partnerschaft mit der Stiftung Deutsche Sporthilfe sowie mit dem Deutschen Behindertensportverband eine wichtige Rolle.

Sponsorenvereinigung und Telekom entwickeln Leitfaden.

Mit der „Initiative Sportstandort Deutschland“ hat die Sponsorenvereinigung „S20 – The Sponsor's Voice“ unter dem Vorsitz von Stephan Althoff, Leiter Konzernsponsoring der Deutschen Telekom, im Juli 2011 einen Leitfaden zum Thema Hospitality ^[1] und Strafrecht erarbeitet. Die Initiative entstand in Zusammenarbeit mit dem Deutschen Olympischen Sportbund und dem Bundesministerium des Inneren.

Ziel ist es, gemeinsam dringende Herausforderungen für den Sport in Deutschland zu diskutieren und Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten. Der Leitfaden wird auch in die Sponsoring-Richtlinie des Konzerns einfließen.

Integratives Schulsportprojekt „Neue Sporterfahrung“.

Die Förderung von gegenseitigem Respekt, Toleranz und Fairness zwischen Menschen mit und ohne Behinderung steht im Fokus unseres 2009 ins Leben gerufenen Schulsportprojekts „Neue Sporterfahrung“. Nach Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg, Niedersachsen, Bremen und Hamburg startete das Projekt 2011 auch in den Bundesländern Bayern, Berlin und Brandenburg. Seit Oktober 2009 haben bereits mehr als 400 Schulen und über 45 000 Jugendliche daran teilgenommen.

Erfahrungen in Blindenfußball und Mono-Skifahren.

Um die Schüler für die unterschiedlichen Perspektiven zu sensibilisieren und Toleranz zu fördern, trainieren sie unterschiedliche Disziplinen des Behindertensports. So sammelten beispielsweise Schüler eines Münchner Gymnasiums gemeinsam mit Oliver Bierhoff, Manager der deutschen Fußball-Nationalmannschaft, und Steffi Jones, Chefin des Organisationskomitees der FIFA Frauen-WM 2011, erste Erfahrungen im Blindenfußball. In Berlin und Brandenburg standen Mitte Oktober einen Tag lang die paralympischen Sportarten Rollstuhlbasketball und Blindenfußball für 50 Schulen auf dem Stundenplan. Im Februar 2011 vermittelte Martin Braxenthaler, der erfolgreichste Mono-Skifahrer aller Zeiten, jungen Menschen die technischen Grundlagen seiner Sportart.

Insgesamt machten im Berichtszeitraum 18 750 Schüler an 125 Schulen in Bayern, Berlin und Brandenburg eine „Neue Sporterfahrung“.

DFB und DFB-Stiftung Sepp Herberger als neue Partner.

Parallel zum Startschuss des Schulsportprojekts in Berlin und Brandenburg gaben auch der DFB und die

DFB-Stiftung Sepp Herberger ihre Partnerschaft mit der „Neuen Sporterfahrung“ bekannt. Die Einbindung von Blindenfußball in das Projekt kann damit noch professioneller und nachhaltiger gestaltet werden.

Auszeichnung mit „Public Sponsoring Award“.

Für unser Engagement im Schulsportprojekt „Neue Sporterfahrung“ wurden wir im März 2011 mit dem „FASPO-Award“ des Fachverbandes für Sponsoring e.V. in der Kategorie "Public Sponsoring" ausgezeichnet. In der Begründung der Jury hieß es, dass es sich bei dem Projekt um eine gelungene Initiative handelt, die wertvolle Erfahrungen für junge Menschen ermöglicht.

CR-Bericht des Vorjahres

Gemeinsam mit dem Deutschen Behindertensportverband und dem Deutschen Rollstuhl-Sportverband starteten wir im Oktober 2009 unter dem Titel „Neue Sporterfahrung“ ein bisher einzigartiges Schulsportprojekt in Deutschland: Schüler der Jahrgangsstufen sieben bis zehn gewinnen an einem Projekttag Einblicke in die Sportwelt von Menschen mit Behinderungen. Die Jugendlichen probieren dabei Sportarten aus, die normalerweise nicht auf dem Lehrplan stehen, wie zum Beispiel Rollstuhlbasketball, Goalball oder Blindenfußball. Die ungewohnte Perspektive erleichtert ihnen, Verständnis und Respekt für Menschen mit Behinderungen zu entwickeln.

Förderung des Behindertensports.

Im Zuge ihres Engagements im Behindertensport hat die Telekom vom 3. bis 10. Juli 2011 die „IPC Schwimm-Europameisterschaften“ in Berlin unterstützt. Bei der mit 450 Athleten aus 40 Ländern größten Europameisterschaft im Schwimmen in der Geschichte des Behindertensports sorgte der Konzern für die kommunikative Infrastruktur. Darüber hinaus stellten wir als offizieller Ausrüster die Kommunikationstechnologie bereit und brachten uns mit Produkten und Dienstleistungen als kompetenter Telekommunikationspartner ein.

Unterstützung der Behindertensportlerwahl.

Im November 2011 unterstützte die Telekom die Wahl zum Behindertensportler des Jahres als Sponsor. Die Veranstaltung fand im Deutschen Sport- und Olympiamuseum in Köln statt. Die Ski-Alpin-Fahrer Anna Katharina Schaffelhuber und Gerd Schönfelder sowie die Nationalmannschaft der Basketball-Damen wurden im Rahmen einer Gala mit dem Preis ausgezeichnet.

CR-Bericht des Vorjahres

Mitarbeiter übernehmen Athleten-Sponsoring.

Rund zehn Monate vor Start der Olympischen Spiele in London gaben wir im September 2011 in Bonn mit einem Sporthilfe-Aktionstag den Startschuss für die Kampagne „Telekom für Deutschland“. Die rund 123 000 Telekom-Mitarbeiter in Deutschland können bis kurz vor Beginn der Spiele Ende Juni 2012 „offizielle Sponsoren“ der deutschen Spitzensportler werden. Bislang haben sich 1 500 Telekom-Beschäftigte dafür angemeldet. Am Ende der Aktion wird unter allen angemeldeten Mitarbeitern eine Reise zu den Olympischen Spielen nach London 2012 verlost.

Werbung beim Basketball-Bundesligaspiel.

Beim Eröffnungsspiel der Beko Basketball Bundesliga im Oktober 2011 stellte die Telekom ihre Werbeflächen für die Sporthilfe-Kampagne „Dein Name für Deutschland“ zur Verfügung. Während des Spitzenspiels der Telekom Baskets Bonn gegen den FC Bayern München wurden Trikot- und Bandenwerbung durch das Sporthilfe-Logo und den Kampagnen-Slogan ersetzt.

Weitere Spitzensportlerförderung für 2012 geplant.

Mit dem Aktionstag und weiteren Maßnahmen an den Telekom-Standorten Darmstadt, Köln, Düsseldorf, Stuttgart und München werden der Konzern und die Deutsche Sporthilfe im Rahmen der Sporthilfe-Kampagne „Dein Name für Deutschland“ auch 2012 für die Förderung von Spitzensportlern werben.

Seit Sommer 2010 wirbt ein „Tour-Truck“ – ein Informationsbus – in ganz Deutschland bei großen Sportveranstaltungen für die Stiftung Deutsche Sporthilfe. Die Deutsche Telekom unterstützt diese Kampagne als einer von vier nationalen Förderern. Unter dem Motto „Dein Name für Deutschland“ wird der Truck bis zu den Olympischen Sommerspielen 2012 in London bundesweit jedes Jahr an 70 Sportveranstaltungen haltmachen. Sportbegeisterte können dort für 3 Euro im Monat „offizieller Sponsor“ der deutschen Olympioniken werden und damit einen Beitrag zu den großen Erfolgen der deutschen Athleten leisten.

Spendenaktion zugunsten von „Ein Herz für Kinder“.

Mit unserer Kampagne „Herzrasen“ haben wir uns im Juli 2011 für die FIFA Frauen-WM in Deutschland engagiert: Die Telekom initiierte unter dem Dach der gleichnamigen Initiative zahlreiche Aktionen im Umfeld WM und unterstützte damit den Verein BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“. Wir selbst spendeten für jedes erzielte Turnier-Tor der deutschen Frauenfußball-Nationalmannschaft 10 000 Euro beziehungsweise einen Mindestbeitrag von 100 000 Euro. Dieser konnte nach Abschluss der Aktion an den gemeinnützigen Verein gespendet werden.

Charity-SMS für Spendenwillige.

Darüber hinaus sammelten wir im Jahr 2011 über Kunden- und Mitarbeiteraktivitäten sowie öffentlichkeitswirksame Aktionen im Rahmen der FIFA Frauen-WM Spendengelder für „Ein Herz für Kinder“. Dazu zählte etwa die „Spielfreude-Tour“. Auch richteten wir eine Charity-SMS  ein, über die via Handy gespendet werden konnte.

Kommunikative Infrastruktur.

Im Zuge ihres Engagements unterstützte die Telekom die FIFA Frauen-WM 2011 zudem mit Telekommunikations-Know-how und sorgte für die kommunikative Infrastruktur.

7 000 Schüler erleben WM.

Auf Initiative der Telekom als Nationaler Förderer der FIFA Frauen-WM 2011, des Ministeriums für Kinder, Jugend, Familie, Kultur und Sport des Landes Nordrhein-Westfalen sowie des Fußball-Verbandes Mittelrhein erhielten Schüler die Gelegenheit, die FIFA Frauen-WM unter dem Motto „20elf von seiner schönsten Seite!“ kennenzulernen. Insgesamt 7 000 Schulkinder aus der Region erlebten in Leverkusen bei einer Vorrunden-Begegnung die WM 2011.

Marathon in Bonn.

Bei der elften Auflage des Marathons in Bonn im April 2011 testeten wir in Kooperation mit der Charité-Universitätsmedizin Berlin erstmals ein sogenanntes EKG-Streaming in Echtzeit. Probandin während des Laufes war unter anderen Lena Schöneborn, Olympiasiegerin im Modernen Fünfkampf. Sie war für die Telekom-Staffel an den Start gegangen. Per breitbandiger Mobilfunktechnik wurden ihre Daten direkt in das Zentrum für kardiovaskuläre Telemedizin an der Charité in Berlin übertragen, wo Fachärzte sie am Monitor live auswerten konnten.

450 Telekom-Beschäftigte am Start.

Die Telekom unterstützt seit 2005 als Sponsor den Marathon in Bonn. Im April 2011 gingen 11 000 Teilnehmer

an den Start, darunter auch 450 Beschäftigte der Telekom. Mit dem „Fit durch den Winter“-Programm hatten wir im November 2010 damit begonnen, unsere Mitarbeiter professionell auf den Marathon vorzubereiten. Zum Programm zählten organisierte Lauftreffs, Trainingspläne, Trainer und verschiedene Vortragsveranstaltungen. Insgesamt nahmen 1 300 Beschäftigte daran teil.

2 100 Anmeldungen für Vorbereitungsprogramm.

Auch 2012 unterstützen wir den Marathon in Bonn und bereiten unsere Mitarbeiter mit dem „Fit durch den Winter“-Programm auf die Laufveranstaltung vor. Insgesamt 2 100 Beschäftigte haben sich bis Ende Februar 2012 angemeldet – so viel wie nie zuvor. Neben Bonn sind erstmalig auch die Telekom-Standorte in Münster, Hannover, Darmstadt und München eingebunden.

OTE, Cosmote: Sponsoring des „Athens Classic Marathon“.

Auch die griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote förderten den Sport in Athen: 2011 unterstützte Cosmote bereits zum sechsten Mal den „Athens Classic Marathon“. Insgesamt 110 Mitarbeiter gingen dabei an den Start. Cosmote spendete für jeden Kilometer, den ihre Beschäftigten zurücklegten, an das Baby Center "I MITERA".

OTE nahm 2011 zum ersten Mal am Athener Classic Marathon teil, es starteten insgesamt 91 Beschäftigte. Pro gelaufenen Kilometer spendete die OTE fünf Euro an die Gesellschaft für Muskeldystrophie Hellas (MDA Hellas), die sich für Menschen mit neuromuskulären Erkrankungen einsetzt.

OTE und Cosmote: Sponsoring der Special Olympics.

Auch bei den Sommerspielen der Special Olympics in Athen im Jahr 2011 haben sich OTE und Cosmote engagiert: So stellten sie die gesamte benötigte Telekommunikationsinfrastruktur einschließlich der Servicedienstleistungen für die olympischen Spiele bereit. Außerdem riefen beide Gesellschaften ein Freiwilligenprogramm zur Unterstützung der Spiele ins Leben, an dem sich 169 Beschäftigte aus ganz Griechenland beteiligten.

Beschäftigte.



Die Telekom macht viel für die Frauenförderung. Ist es nicht sinnvoller, geschlechtsunabhängige Angebote für die Vereinbarkeit von Familie und Beruf zu machen?

[Mehr erfahren](#)

Beschäftigte.

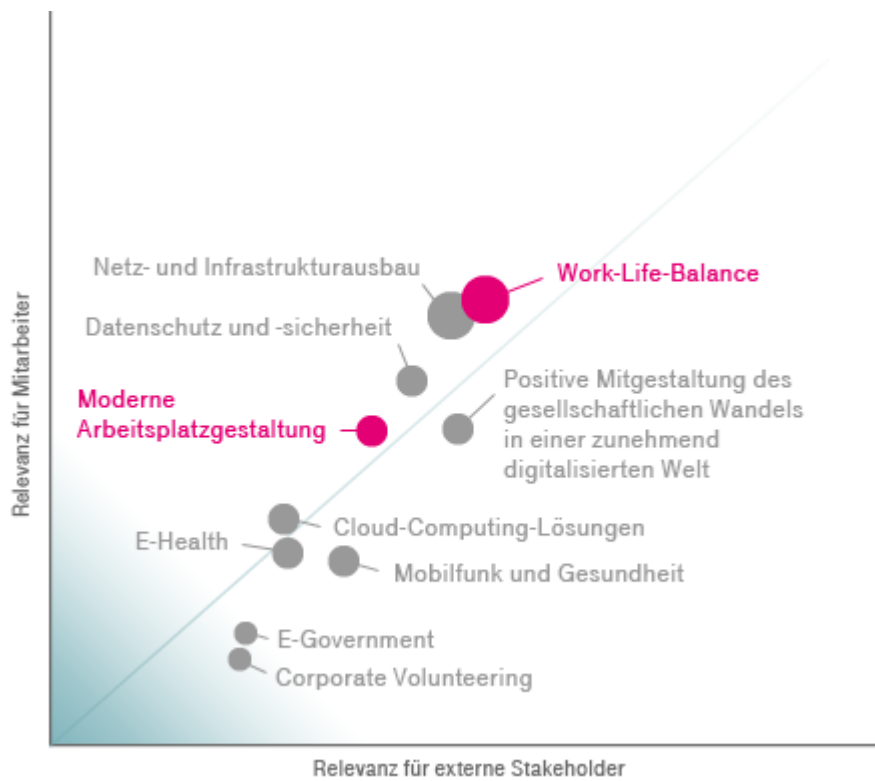
Wann entwickelt sich ein Unternehmen nachhaltig erfolgreich? Aus Sicht der Telekom lautet die Antwort: Wenn eine lebendige Unternehmenskultur und Strukturen herrschen, die neue Ideen ermöglichen und fördern. Auf dem Weg zu dieser Kultur – und damit zum bestangesehenen Serviceunternehmen der Branche – haben wir entscheidende Schritte unternommen.

Zukunftsfähige Arbeitgeber unterstützen ihre Mitarbeiter in allen Lebensphasen.

Wie geht die Telekom mit dem demografischen Wandel um? Welche Weichen stellt sie heute für die Arbeit von morgen?



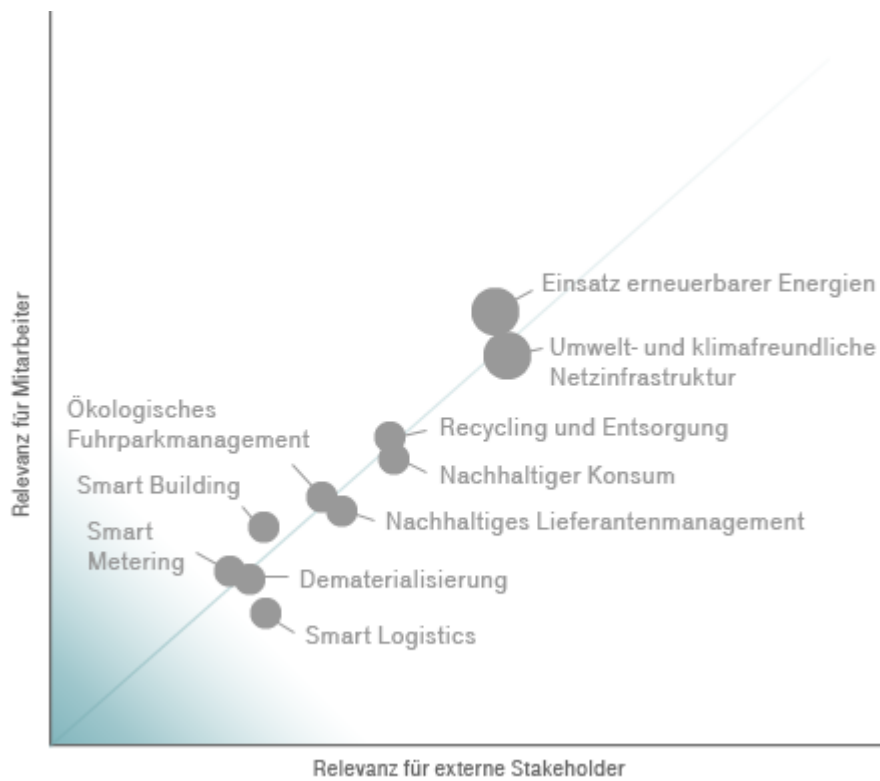
Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“



Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“



Handlungsfeld „Klimaschutz“



Die Matrizen bilden die Ergebnisse unserer 2012 durchgeführten Stakeholder-Befragung ab. Mit der Befragung ermitteln wir die Relevanz, die unsere internen und externen Anspruchsgruppen den verschiedenen Themen unserer CR-Handlungsfelder beimessen. Weitere Informationen zur Stakeholder-Befragung finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Wettbewerbsfähige Belegschaft.

Nachhaltige Personalarbeit für kundenorientierte Services und Produkte.

Wir wollen und müssen die globale Wettbewerbsfähigkeit der Telekom, ihre Kundenorientierung und Beweglichkeit stärken. Dafür brauchen wir ein innovatives Service- und Produktportfolio – und eine effiziente Unternehmens- und Personalstruktur. Damit können wir zugleich Arbeitsplätze mit langfristiger Perspektive schaffen und sichern. Im Jahr 2011 haben wir unsere Personalarbeit auf drei Kernthemen fokussiert:

- Personalplanung: Wir haben im gesamten Konzern unsere qualitative und quantitative Personalplanung eingeführt. Ihr Herzstück ist das Total Workforce Management.
 - Personalumbau: Den strukturellen und personellen Umbau in Deutschland und Europa haben wir fortgesetzt.
 - Arbeits- und Gesundheitsschutz: Unseren schon heute vorbildlichen Arbeits- und Gesundheitsschutz haben wir weiter ausgebaut.
-

Personalplanung.

Um wettbewerbsfähig zu sein, müssen wir gerade auch zukünftige Entwicklungen in unsere Personalplanungen einbeziehen. Diese müssen kommende Herausforderungen möglichst zuverlässig und frühzeitig erkennen, seien es nun Veränderungen in den Märkten, technologische Sprünge oder die Auswirkungen des demografischen Wandels.

Total Workforce Management: Herzstück einer konzernweiten Personalplanung.

Wir müssen laufend beurteilen können, ob und wie das richtige Personal für unsere Geschäftstätigkeiten zur Verfügung steht – in der richtigen Anzahl und zum richtigen Zeitpunkt, mit den geeigneten Fähigkeiten und Kompetenzen. Auch müssen die Personalkosten akzeptabel sein. Wir haben dafür eine qualitative und quantitative Personalplanung etabliert. Mit ihrem Herzstück, dem Total Workforce Management (TWM), verfügen wir über eine der wohl weltweit besten Methoden zur Personalplanung und -steuerung. Dazu haben wir zunächst die SAP-basierte Datengrundlage vereinheitlicht. Über die Simulation und Analyse verschiedener Annahmen – zum Beispiel zur demografischen Entwicklung oder zu künftigen Geschäftsanforderungen – können wir nun ermitteln, welche Qualifikationen wir in welcher Menge wann und wo benötigen werden. Damit können wir einerseits rechtzeitig die benötigten Fachkräfte zur Verfügung stellen. Andererseits sind wir dadurch in der Lage, bei Bedarf für die Fachkräfte alternative Beschäftigungsmöglichkeiten zu suchen. Damit werden wir unserer Verantwortung für eine langfristige Beschäftigung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gerecht und sichern ihnen interessante Entwicklungsperspektiven: Wir können über Personalentwicklungsmaßnahmen, die benötigte Struktur der Berufsausbildung oder die Zahl von Auszubildenden und Direkteinsteigern in den nächsten Jahren entscheiden oder auch darüber, ob und wie neue Geschäftsmodelle personell realisierbar sind. Darüber hinaus berücksichtigen wir auch Leistungen freier Mitarbeiter oder externer Dienstleister, zum Beispiel beim Offshoring (Verlagerung unternehmerischer Funktionen und Prozesse ins Ausland). Bei all diesen Entscheidungen binden wir selbstverständlich den Sozialpartner ein.

Internationalisierung des Total Workforce Management schreitet fort.

Bereits 2008/2009 haben wir in Pilotbereichen der Telekom mit dem Total Workforce Management gearbeitet; so haben wir es zur Personalplanung in Deutschland genutzt. Im Vordergrund stand dabei, die bestehenden Qualifikationsprofile der Belegschaft zu erfassen und sie mit künftig nachgefragten Profilen des Geschäfts abzugleichen. 2010 und 2011 haben wir die Methode erweitert, beispielsweise mit Planungstools zur demografischen und fähigkeitsspezifischen Zusammensetzung der Belegschaft, zur Optimierung des Weiterbildungsbudgets und der Ausbildungs politik. Darüber hinaus haben wir ein konzernweites Labor Cost Management  eingeführt. Parallel erfolgte die Verankerung des TWM im gesamten, weltweiten Konzern. Die meisten Landesgesellschaften – wie in Brasilien, Malaysia, Mexiko, Polen, der Slowakei, Südafrika, der Tschechischen Republik und Ungarn – stützen sich inzwischen auf die festgelegte Vorgehensweise des TWM, wenn sie ihre strategische Personalplanung erstellen. Seit Anfang 2012 führen wir das TWM in weiteren Einheiten ein, etwa der griechischen OTE-Gruppe, der kroatischen T-HT Hrvatski Telekom und unserem zentralen Innovationsbereich Products & Innovation.

Personal- & Organisationsumbau.

Wir richten unsere Unternehmens- und unsere Personalstruktur auf die Zukunft aus: Wir straffen weltweit unsere Unternehmensorganisation und sorgen – wo nötig – für einen wohldosierten und sozialverträglichen Personalumbau. 2010 haben wir in Deutschland und im Konzerndach die Sparten Mobilfunk und Festnetz als One Company zusammengeführt. Der gleiche Wandel ist auch in Kroatien, der Slowakei und Ungarn schon vollzogen.

Geschäftskundenvertrieb wird gestrafft.

Für den Geschäftskundenvertrieb haben sich Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite darüber verständigt, die bisher kleinteilige Struktur unserer Informationstechnik in Deutschland zu straffen: Der Geschäftskundenvertrieb wird künftig mit 16 Vertriebs- und Service-Centern und 28 Vertriebsbüros präsent sein, die IT konzentriert sich auf acht Innovationszentren. Die Transformation soll bis Mitte 2014 abgeschlossen sein.

Neue Gesellschaft für den Glasfaserausbau.

In Deutschland haben wir zum 1. Januar 2012 eine eigene deutsche Gesellschaft für den Glasfaserausbau gegründet. Damit können wir den Ausbau des Breitbandnetzes beschleunigen und zugleich flexibler und wirtschaftlicher gestalten.

Rechnungswesen gebündelt.

In Bratislava bündeln wir unsere Accounting-Funktionen für Europa und Südafrika. Dies ist ein gelungenes Beispiel konstruktiver Sozialpartnerschaft auf europäischer Ebene. Der Europäische Betriebsrat (EBR) war frühzeitig informiert und hat seine Konsultationsrechte umfassend wahrgenommen.

Umbau OTE-Gruppe.

Die Transformation von OTE findet aufgrund der Krise in Griechenland in einem sehr schwierigen ökonomischen und politischen Umfeld statt. Trotz dieses Umstands und trotz der arbeitsrechtlichen und tarifvertraglichen Beschränkungen aus der Zeit, als OTE ein Staatsunternehmen war, sind uns zum Teil wichtige Fortschritte gelungen. Durch eine Reihe von Maßnahmen – unter anderem Abbau von Überstunden, Verkürzung der Wochenarbeitszeit mit Gehaltsabsenkung sowie Training und Transfer von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern von nicht-profitablen Arbeitsplätzen in neue Beschäftigung – konnten wir die hohen Personalkosten deutlich senken.

T-Systems Projekt „Act4Service“.

Seit dem 1. Juli 2011 arbeitet T-Systems in Deutschland – und seit dem 1. Januar 2012 in allen Geschäftseinheiten weltweit – in einer neuen Geschäftsstruktur. Sie schafft die Voraussetzungen für ein vereinfachtes, bereichs- und länderübergreifendes Arbeiten. Wir haben die Struktur im Rahmen des Projekts „Act4Service“ implementiert. Sie ist unterteilt in die Bereiche Sales, Service, Production und Systems Integration.

Kleinere Servicezentrale.

2011 sind die Planungen für eine kleinere Servicezentrale angelaufen. Nach der Abstimmung mit dem Sozialpartner werden wir diese in der zweiten Jahreshälfte 2012 umsetzen. Danach wird die Zentrale unseres Konzerns weniger als 1 000 Mitarbeiter beschäftigen und strategisch fokussierter sowie performance- und ergebnisorientiert gesteuert.

T-Mobile USA steigt in Total Workforce Management ein.

Die Deutsche Telekom AG und AT&T hatten am 20. März 2011 einen Vertrag über den Verkauf von T-Mobile USA abgeschlossen. Nach klarer Stellungnahme der US-Behörden gegen die Transaktion wurde der Kaufvertrag am 19. Dezember 2011 wieder aufgelöst. 2012 werden wir mit dem Total Workforce Management in die qualitative Personalplanung für T-Mobile USA einsteigen und den Umbau einleiten.

Instrumente für den Personalumbau.

Für den erforderlichen geschäftsorientierten und zugleich möglichst fairen und sozialverträglichen Personalumbau nutzen wir weltweit bewährte Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden aus dem Unternehmen. Dazu zählen in Deutschland insbesondere der vorzeitige Ruhestand für Beamte und die im Herbst 2011 neu aufgelegten Regelungen zur Altersteilzeit für Arbeitnehmer, außertarifliche Angestellte und leitende Angestellte. Der Leistungsumfang dieser Regelungen liegt deutlich über den gesetzlichen Standards. Darüber hinaus unterstützen wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die von sich aus an einer beruflichen Neuorientierung interessiert sind.

Mittels der Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden und der geschäftsorientierten Reorganisation der Telekom haben wir in den letzten Jahren die Produktivität, Effektivität und Altersstruktur in vielen Bereichen verbessert, vor allem bei T-Systems und bei der Telekom Deutschland. Gleichzeitig haben wir Teilbereiche unserer Shared Services  – etwa im Bereich Human Resources, beim Accounting oder auch bei Vivento – neu organisiert und dadurch Qualität und Effizienz der Leistungen weiter erhöht. Diesen Prozess setzen wir in den kommenden Jahren in weiteren Verwaltungsbereichen fort.

Zentrale Funktionsbereiche der Telekom. Sie fassen gleichartige Prozesse aus verschiedenen Bereichen des Unternehmens zusammen und erbringen sie als zentralisierte und konsolidierte Dienstleistungen für den gesamten Konzern.

Vivento – Positive Bilanz 2011.

Eine vordringliche Aufgabe von Vivento als Dienstleister für den sozialverträglichen Personalumbau ist es, für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter frühzeitig alternative Beschäftigungsperspektiven zu finden – im öffentlichen Dienst ebenso wie in der privaten Wirtschaft. 2011 haben wir rund 6 900 Mitarbeitern in Deutschland Beschäftigungsalternativen eröffnet – extern und intern. Mehr als 3 100 von ihnen sind temporär im öffentlichen Dienst eingesetzt, über 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben eine neue, dauerhafte Perspektive im öffentlichen Dienst gefunden. Für Interamt, das von uns initiierte Stellenportal des öffentlichen Dienstes, haben wir neue Kooperationspartner aus dem öffentlichen Dienst hinzugewonnen und die Attraktivität des Portals für Stellenanbieter und für Bewerber weiter gesteigert.

Gesundheitsmanagement.

Die Anforderungen an unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wie an unsere Führungskräfte steigen in vielen Bereichen des Unternehmens. Als fürsorglicher Arbeitgeber wollen wir der möglichen physischen und überdies psychischen Überlastung aktiv gegensteuern: Wir haben schon jetzt einen anerkannt hohen Standard im Gesundheits-, Arbeits- und Umweltschutz erreicht und verbessern uns weiter. Das bestätigen Auszeichnungen wie der Corporate Health Award 2010 ebenso wie die im Jahr 2011 erfolgten Zertifizierungen von Unternehmensbereichen, die für das konzernweite, internationale Health, Safety & Environmental Managementsystem verantwortlich sind.

Internationales Health, Safety & Environmental Management mit hohen Standards.

Den konzernweiten Ansatz unseres Arbeits- und Gesundheitsschutzes unterstützen wir mit einem international einheitlichen Health, Safety & Environmental Managementsystem (HSE MS). Bis zum Jahresende 2011 haben wir es in 13 Teilunternehmen des deutschen und internationalen Konzerns eingeführt. Die Einführung in weiteren Landesgesellschaften hat begonnen oder ist geplant. Damit haben wir den Grundstein für künftig weltweit einheitliche Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz gelegt. Das System basiert auf den internationalen Standards OHSAS 18001 , ISO 14001  und ISO 9001  für Gesundheits-, Arbeits- und Umweltschutz sowie Qualität. Geplant sind Mindeststandards zum Beispiel zur Hygiene, zu Erster Hilfe und zu medizinischen Maßnahmen in einem Krisenfall. Auch haben wir einheitliche Kennzahlen festgelegt, zum Beispiel um Ausfallzeiten zu messen. Durch Mindeststandards und entsprechende Kennzahlen wollen wir international nicht nur mehr Transparenz und bessere Vergleichbarkeit schaffen, sie sind auch Grundlagen für unsere langfristige Pandemievorsorgeplanung. Mit ihr wollen wir auf der einen Seite unsere Mitarbeiter bestmöglich schützen. Andererseits versetzen wir unser Unternehmen dadurch in die Lage, auch im Krisenfall die weltweite Telekommunikationsinfrastruktur aufrechtzuerhalten.

Elemente des Gesundheitsmanagements.

Wichtige Bestandteile des Health, Safety & Environmental Managements der Telekom sind:

- Frühwarnsysteme, sogenannte „Frühwarncockpits“, für kritische Felder der Gesundheit
- Umfassende Mitarbeiterbefragung zu Gesundheit und Arbeitsbelastung
- Arbeits- und Brandschutz: In Deutschland gibt es Arbeitsschutzprogramme für alle Beschäftigten entsprechend den gesetzlichen Vorgaben. International wird der Arbeitsschutz gemäß den lokalen Bestimmungen eingehalten, eine Überprüfung erfolgt durch stichprobenartige Audits. Die Landesgesellschaften erstellen im Rahmen des HSE MS eigene Arbeitsschutzprogramme.
- Prävention und Gesundheitsförderungsinitiativen
- Mitarbeiter- und Führungskräfteberatung (psychosoziale Beratung durch 50 Experten)
- Kostenfreie Telefonberatung bei beruflichen und privaten Problemen (9 100 Anrufe im Jahr 2011)

Mitarbeiterbefragung zur Gesundheit.

Zu unseren Anstrengungen für „Gesunde Arbeit“ zählt, dass wir aus der – alle zwei Jahre stattfindenden – Mitarbeiterbefragung im Oktober/November 2010 mit 124 000 Teilnehmern Konsequenzen gezogen haben. Die Befragung ist eine der detailliertesten und besten Untersuchungen zu psychischen Belastungen am Arbeitsplatz. Die Ergebnisse dienen dazu, übergeordnete Muster psychischer Erkrankungen und allgemeine Gesundheitsrisiken rechtzeitig zu erkennen und daraus Maßnahmen auf Unternehmens-, Bereichs- und Teamebene sowie auf individueller Ebene abzuleiten.

Gesundheitskompetenz und Gesundheitsbewusstsein fördern.

Unsere Gesundheitsmaßnahmen reichen von speziellen Angeboten für die Nachwuchskräfte über Seminare zur Stressbewältigung bis hin zur Gripeschutzimpfung oder einem Gesundheits-Check. Unabhängig von der Mitarbeiterbefragung fördern wir mit unserem Gesundheitsmanagement und konzernweiten Präventivangeboten die Gesundheitskompetenz und das Gesundheitsbewusstsein aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – zum Beispiel auch durch das gut genutzte Angebot persönlicher und telefonischer Führungskräfte- und Mitarbeiterberatung. Eines ist jedoch jenseits aller Programme und Angebote klar: Schlüsselvoraussetzung einer gesunden Unternehmenskultur ist es, dass Führungskräfte das eigene Führungsverhalten reflektieren, zu hohe Veränderungsintensität reduzieren und Planungsqualität verbessern.

Gesundheitskommunikation.

Um die Führungskräfte über ihre Aufgabe im Arbeits- und Gesundheitsschutz besser zu informieren und ihnen ihre Verantwortung aufzuzeigen, haben wir 2011 unter anderem webbasierte Trainingsprogramme entwickelt. Dem gleichen Zweck dient auch die „Kommunikationskampagne Gesundheit“ für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Die Kampagne wird 2012 ganzjährig die Schwerpunktthemen Sport/Fitness, Ernährung und psychische Gesundheit begleiten. Ein Intranet-Auftritt dient darüber hinaus seit März 2011 als internationales Informationsforum zum Arbeits- und Gesundheitsschutz.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Verbesserung der Gesundheitsquote und Vermeidung von Unfällen (national)	Ziel erreicht. • Einführung eines verbesserten elektronischen Unfallmeldesystems (UNDIS) in Deutschland • Organisatorische Zusammenführung von Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und betrieblichem Brandschutz im Bereich Personal • Neustrukturierung dezentrale Health & Safety-Organisation
Gesundheitsmanagement konzernweit	Umsetzung läuft. • Entwicklung und Umsetzung eines Frühwarncockpits (national) zur psychischen Belastung von Mitarbeitern: Frühwarncockpit 2011 entwickelt • Ableitung von Handlungsempfehlungen und Monitoring der Maßnahmen: Handlungsempfehlungen aus Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung abgeleitet • Implementierung eines einheitlichen Managementsystems mit Mindeststandards und „Health & Safety Leitfäden“ ab 2010: 50 % der Landesgesellschaften bis Ende 2012 integriert

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Vergütung.

Faire und zugleich marktgerechte Konditionen und Gehälter sind ein wichtiges Steuerungsinstrument, um die Telekom in Wandel und Wettbewerbsdruck handlungsfähig zu halten.

Deutsche Telekom steht für faire Gehälter.

Bereits im März 2009 hat das Group Diversity Management einen Vergütungsvergleich zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten durchgeführt. Die Analyse ergab, dass in Deutschland keinerlei geschlechterspezifische Bezahlungsunterschiede bei außertariflichen Mitarbeitern vorliegen. Bei der Gruppe der Tarifkräfte können wir eine geschlechtsspezifische Benachteiligung ausschließen, da sich die Bezahlung der Tarifkräfte ausschließlich nach der Eingruppierung in die jeweiligen Funktionen richtet. Mit dem Ergebnis stellt die Deutsche Telekom unter Beweis, dass sie faire Gehälter für Frauen und Männer gleichermaßen zahlt und keine Entgeltdiskriminierung zulässt. Hierbei handelt es sich zunächst um eine stichprobenartige Analyse, die zukünftig ausgeweitet wird.

Führungskräftevergütung konzernweit einheitlich.

Die Vergütungspraxis für Führungskräfte ist konzernweit durch die „Global Compensation Guideline“ vereinheitlicht. Die Richtlinie stellt sicher, dass die Vergütungspakete der Führungskräfte im Konzern standardisiert und marktgerecht ausgestaltet sind. Auch lassen sie sich im jeweiligen Marktumfeld gesamtheitlich betrachten und konzernweit einheitlich analysieren und bewerten.

Betriebliche Altersversorgung.

Die Telekom bietet ihren Beschäftigten auf der Grundlage freiwilliger Zusagen eine lukrative arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung. Der Kapitalkontenplan stellt ein modernes, beitragsorientiertes Versorgungssystem dar. Ergänzend zum Kapitalkontenplan bietet die Telekom ihren Beschäftigten eine optionale ausschließlich arbeitnehmerfinanzierte betriebliche Altersversorgung über den Pensionsfonds der Telekom. Damit lassen sich mögliche Versorgungslücken im Alter schließen und nach Wunsch auch die Risiken Berufsunfähigkeit und/oder Todesfall weitgehend absichern.

Internationalisierung.

Mit One Company wächst die Telekom zu einem globalen Unternehmen zusammen. So wie andere internationale Konzerne steht auch die Telekom vor der Herausforderung, einheitliche Standards ihrer weltweiten Personalpolitik zu definieren, ohne lokale Besonderheiten zu ignorieren.

Global Employee Relations Management: Mitarbeiterbeziehungen vielfältig gestalten.

Der Bereich Global Employee Relations Management gibt Orientierung und fördert den Erfahrungsaustausch zur Gestaltung der vielfältigen Mitarbeiterbeziehungen in den verschiedenen Ländern. Auf der Veranstaltung „Employee Relations in a Connected World“ diskutierten Anfang Mai 2011 70 hochrangige Führungskräfte international tätiger Unternehmen über die Herausforderungen in der Gestaltung von Mitarbeiterbeziehungen. Damit legte die Telekom den Grundstein für einen anhaltenden Arbeitgeberaustausch zur zukunftsorientierten Gestaltung der Mitarbeiterbeziehungen. Darüber hinaus bekennt sich der Konzern in einer global gültigen Richtlinie, der „Employee Relations Policy“, zu weltweit einheitlichen Mindeststandards auf hohem Niveau in der Gestaltung der Beziehungen zu seinen Mitarbeitern unter Berücksichtigung der verschiedenen Kulturen, Gesetze und Bedürfnisse. Ein Monitoringsystem soll die Einhaltung der Grundsätze sicherstellen, sobald die Richtlinie konzernweit eingeführt ist. Die Basis für unsere Policy bilden – neben unseren Guiding Principles und den nationalen Regelungen – auch international anerkannte Grundsätze wie die des Global Compact ^[1] der Vereinten Nationen, die OECD-Richtlinien und die Kernarbeitsnormen der International Labour Organization (ILO).

Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards.

Bereits 2003 haben wir unsere Sozialcharta verabschiedet, die ebenfalls auf den Grundsätzen des Global Compact ^[1], der OECD und der ILO beruht. Darin enthalten sind konzernweit gültige Richtlinien für Menschenrechte und Arbeitsbedingungen, das Verbot von Kinderarbeit, Richtlinien für Umweltschutz, Chancengleichheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung. Auch unsere Lieferanten sind dazu verpflichtet, diese einzuhalten.

Sozialpartnerschaft: Mitwirkung auf deutscher und internationaler Ebene.

Auch im Jahr 2011 haben wir den engen Dialog mit den Vertretungsgremien der Beschäftigten im deutschen Konzern fortgesetzt. Die Umsetzung zahlreicher Maßnahmen und Projekte wäre ohne die Mitwirkung der gewählten Beschäftigtenvertreter nicht möglich gewesen. Hier trägt unser Bekenntnis zur vertrauensvollen Zusammenarbeit Früchte, das in der Konzernrichtlinie zu Employee Relations beschrieben wird. Eine besondere Rolle kommt dem Konzernbetriebsrat zu, unserem Ansprechpartner für alle Mitbestimmungsthemen im deutschen Konzern. Im Europäischen Betriebsrat (EBR) pflegt die Telekom darüber hinaus eine aktive Sozialpartnerbeziehung mit Arbeitnehmervertretern der europäischen Landesgesellschaften und Beteiligungsunternehmen.



Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Internationale Arbeitnehmerbeziehungen stärken	Umsetzung läuft. • Implementierung der „Employee Relations Policy“ abschließen • Monitoring der „Employee Relations Policy“ durchführen

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Servicekultur.

Der Weg zu herausragendem Mitarbeiterservice für die Kunden.

Um als Serviceunternehmen und Innovationstreiber in ihren Märkten zu bestehen, braucht die Telekom eine gemeinsame, globale Unternehmenskultur. Die fundamentalen Werte, auf denen diese beruht, haben wir mit den [Guiding Principles](#) bereits geschaffen. Damit unsere neue Unternehmenskultur wachsen und sich festigen kann, setzen wir personalpolitische Hebel vor allem an den Themen richtige Führung und vorbildhaftes Serviceverhalten der Führungskräfte sowie Beteiligung und unternehmerische Mitverantwortung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an.

Leitbild.

Guiding Principles und Code of Conduct weltweit ausgerollt.

2010 haben wir unseren Code of Conduct (CoC), den im gesamten Konzern verbindlichen Verhaltenskodex, aktualisiert. Darin sind unsere Leitlinien, die Guiding Principles, konkretisiert und präzise beschrieben: Wir veranschaulichen, was die Guiding Principles für Mitarbeiter sowie Führungskräfte im Arbeitsalltag bedeuten. Unsere Führungskräfte fordern wir dazu auf, das Verhalten vorzuleben, das wir von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwarten. Wir gehen davon aus, dass sich alle Beschäftigten der Deutschen Telekom Gruppe an den Guiding Principles orientieren und rechtliche sowie ethische Verstöße melden.

Im Jahr 2011 haben wir die Einführung des CoC in 40 von 42 internationalen Landesgesellschaften angestoßen und größtenteils schon abgeschlossen. Anfang 2012 haben wir den Rollout auch bei T-Mobile Netherlands beendet. Die Einführung bei der griechischen Gesellschaft OTE und ihren Beteiligungen folgt sukzessive.

Werte und Kodex sind zentrale Bausteine der One-Company-Strategie.

Der Rollout der Guiding Principles und des Code of Conduct im Segment Europa ist ein zentraler Baustein unserer One-Company-Strategie. Mit ihr verknüpfen wir das Festnetz- und Mobilfunk-Geschäft in den europäischen Landesgesellschaften und bieten unseren Kunden Produkte und Services aus einer Hand. Dieser Strukturwandel ist in Deutschland sowie in Kroatien, der Slowakei und Ungarn bereits vollzogen. Die mazedonische Makedonski Telekom bereitet seit 2011 ihren Umbau vor.

Tag der Leitlinien: Unternehmenskultur im Arbeitsalltag verankert. ▶

Die Guiding Principles, unser gemeinsames Unternehmensleitbild, sind lebendig. Das zeigt nicht nur der alljährliche „Tag der Leitlinien“, der am 28. September 2011 weltweit zum zweiten Mal unter großer Beteiligung stattfand. Auch die Ergebnisse unserer regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen bestätigen das: Unsere Mitarbeiter und Führungskräfte kennen nicht nur die Guiding Principles, sondern richten ihr Handeln im Alltag immer selbstverständlicher danach aus.

Initiativen.

Der Wandel zur One-Company-Struktur in Deutschland und Europa braucht eine Veränderung im Denken und Handeln sowie ein neues Serviceverständnis. Dieses vermitteln wir unter anderem dadurch, dass wir Qualifizierungsmaßnahmen wie die Service Akademie und die Möglichkeit der Servicekarriere anbieten.

Service-Initiativen: Schulungen für 1 800 Führungskräfte allein in der Service Akademie.

Unsere Führungskräfte sind Service-Vorbilder, Botschafter und Multiplikatoren unserer Unternehmenskultur. Um unsere Servicekultur weiterzuentwickeln, setzen wir seit 2008 in Deutschland auf die Service Akademie für unsere Führungskräfte. 2011 haben rund 1 800 Führungskräfte an Phase 3 der Service Akademie teilgenommen. Das Programm besteht jedes Jahr aus einem zweitägigen Workshop, den eine eintägige Service-Erfahrung und ein halbtägiges, frei wählbares Lernmodul ergänzen.

Einige der Landesgesellschaften haben eigene Service-Initiativen fortgesetzt oder neu etabliert. Hier drei Beispiele:

- Die „Führungswerkstatt@TSG“ (TSG, Telekom Shop Vertriebsgesellschaft) hat ein einheitliches Verständnis zum besten Einkaufs- und Service-Erlebnis im Shop zum Ziel. Die im Jahr 2011 durchgeführten Werkstätten erzielten allesamt hohe Teilnehmerquoten und positive Zustimmungswerte.
- 2011 haben wir auch bei der polnischen PT das „magenta T“ eingeführt. Um die Loyalität und das hohe Engagement der 6 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiter zu fördern, haben die polnischen Kollegen mit 80 Change-Experten 200 halb- oder ganztägige Workshops durchgeführt.
- T-Mobile Netherlands erhält Preise für guten Service, den "Best Customer Performance Award" (2010) und für den Online-Shop den "Best Web Performance Score" (2009, 2010, 2011).

Über 2 000 neue Arbeitsplätze im Service.

Im Rahmen unserer Serviceoffensive schaffen wir neue Arbeitsplätze: In den Jahren 2011 und 2012 stellen wir allein im Vertrieb und Service der Telekom Deutschland jeweils über 1 000 neue Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein.

Servicekarrieren: Seit 2009 über 3 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter weiterentwickelt.

Seit 2009 haben wir über 3 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch Servicekarrieren weiterentwickelt. Damit sichern und erhöhen wir die Qualität unseres Kundenservice auf breiter Front.

Service Stars: Anerkennung für herausragenden Service.

Anerkennung für herausragenden internen und externen Service erfahren unsere Mitarbeiterinnen und

Mitarbeiter auch durch persönliche Auszeichnungen. Im Jahr 2011 haben wir 20 Service Stars gekürt und mit einem Platz auf dem „Walk of Service“ in der Zentrale des Konzerns geehrt. Dies soll für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ein Aufruf zur Nachahmung sein.

Walk of Service.

Ähnlich dem „Walk of Fame“, auf dem verdienstvolle Filmschaffende in Los Angeles einen Stern erhalten, werden Beschäftigte der Telekom auf dem „Walk of Service“ mit einer eigenen Bodenfliese im Foyer der Konzernzentrale ausgezeichnet

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Alle leitenden Angestellten des Konzerns in Deutschland besuchen regelmäßig die Service Akademie.	Umsetzung läuft seit Dezember 2007. • Teilnahme von knapp 100 % der leitenden Angestellten an den Phasen 1 und 2. Knapp die Hälfte haben Phase 3 absolviert. • 4. Phase seit Januar 2012 in der Umsetzung

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Kulturwandel.

Change-Management: Den Wandel unterstützen.

Ob in unserem Heimatmarkt DEutschland oder in den europäischen Landesgesellschaften und Beteiligungen: Die Telekom will und muss ihren Kunden herausragenden Service bieten – zu wettbewerbsfähigen Kosten. Darum geht der Umbau unseres Konzerns weiter mit dem Ziel, die Struktur unseres Unternehmens so effizient und gleichzeitig für unsere Kunden so flexibel wie möglich zu gestalten. Diese Weiterentwicklung unseres Unternehmens erfordert von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Bereitschaft, sich auf den Wandel einzulassen. Um sie zu unterstützen und zu begleiten, haben wir seit dem Jahr 2009 ein konzernweites Change-Management eingeführt. Nur so können wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den einschneidenden Veränderungen zur „Neuen Telekom“ mitnehmen, Unternehmenskultur und neue Strukturen im Arbeitsalltag verankern.

Change-Manager vor Ort, weltweit nutzbare Tools und Know-how.

Ein einheitliches Verständnis des Wandels im gesamten Konzern unterstützen wir durch den weltweit nutzbaren „Change Navigator“ – einen Handwerkskasten, der Tools und Methoden enthält –, aber auch durch zertifizierte Ausbildungsgänge für „Change-Manager“. Die Change-Manager sind die HR Business Partner  und die Führungskräfte in den Geschäftseinheiten vor Ort.

Change Community schafft Netzwerke.

Neben Weiterbildungsmöglichkeiten sowie der Bereitstellung von Tools und Best Practices sorgen wir auch für regelmäßigen Austausch unter unseren Change-Experten. Für den Wissenstransfer und die internationale, projektorientierte Zusammenarbeit in der „Change Community“ nutzen wir eine gemeinsame Social-Media-Plattform, internationale Telefonkonferenzen und die International Change Community Conference.

Mitarbeiterbeteiligung.

Damit sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Entwicklung des Unternehmens einsetzen und sich mit ihm identifizieren, müssen sie aktiv eingebunden sein – beispielsweise indem sie Ideen und Vorschläge „ohne Ansehen der Person“ einbringen können. Flachere Hierarchien, neue Arbeitsformen und Kommunikationsmöglichkeiten sowie regelmäßige Befragungen tragen ebenfalls dazu bei, einen offenen Dialog und produktiven Austausch zu etablieren. 2011 lag unser Schwerpunkt darauf, das umfangreiche Feedback unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus der Mitarbeiterbefragung 2010 in zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen einfließen zu lassen. Diese Befragung enthielt erstmals auch umfassende Fragen zum Thema psychische und physische Gesundheit.

Mitarbeiterbefragung und Puls-Check: Breit akzeptierte und genutzte Feedbackinstrumente.

Die alle zwei Jahre durchgeführte Mitarbeiterbefragung und der halbjährliche Puls-Check sind unsere wichtigsten konzernweiten Feedbackinstrumente; sie erfreuen sich hoher und weiter zunehmender Akzeptanz. Die nächste Mitarbeiterbefragung wird im Herbst 2012 wieder weltweit durchgeführt. Sie ermöglicht es allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, ein detailliertes Feedback zu geben, und liefert Führungskräften wertvolle Informationen zu Verbesserungspotenzialen und notwendigen Veränderungen in ihren Teams. Als erstes DAX-Unternehmen hat die Telekom in der Mitarbeiterbefragung 2010 umfassende Fragen zum Thema psychische und physische Gesundheit gestellt. Im Rahmen der kompakten halbjährlichen Pulsbefragung mit 22 Fragen erheben wir die tatsächlich empfundenen Verbesserungen aus der Mitarbeiterbefragung.

Folgemaßnahmen mit Schwerpunkt Gesundheit.

2011 stand im Zeichen der Folgemaßnahmen, die wir aus der Mitarbeiterbefragung 2010 abgeleitet haben. Gerade zu Themen wie „Vertrauen in das Senior Management“, „Arbeitsbelastung“ und „Strategieverständnis“ haben unsere Führungskräfte Verbesserungsmaßnahmen auf den Weg gebracht. Dass der Schwerpunkt des Nachfolgeprozesses auf dem Thema Gesundheit lag, wird an der Verteilung der Maßnahmen deutlich: Mindestens 50 Prozent aller Maßnahmen wurden konzernweit zu den Themen Belastungen und Ressourcen der Mitarbeiter auf- und umgesetzt. Im Einzelnen hervorzuheben sind übergeordnete und bereits umgesetzte Projekte wie das „Frühwarncockpit psychische Gesundheit“ oder das Good-Practice-Austauschprojekt „Your Voice – Your Chance“. „Your Voice – Your Chance“ zeigte auf, welche Veränderungen in den Arbeitsbedingungen der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter notwendig sind, um zu einer höheren Zufriedenheit bei den Mitarbeitern zu führen und damit in Folge die Kundenzufriedenheit zu steigern.

Das „Frühwarncockpit psychische Gesundheit“ liefert quartalsweise Informationen zu wesentlichen gesundheitsrelevanten Daten. Diese Daten werten wir aus, um frühzeitig kritische Entwicklungen in den Teams zu erkennen und präventiv zu bekämpfen.

Puls-Check 2011: Bis zu zwei Drittel der Belegschaft bestätigen Erfolg der Maßnahmen.

Auf die Frage in unserem Puls-Check, ob in den Teams nach der Mitarbeiterbefragung 2010 erfolgreich Verbesserungsmaßnahmen umgesetzt wurden, sagten zwei Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Deutschland „Ja“. In allen anderen Landesgesellschaften hat die Mehrheit der Mitarbeiter dies ebenfalls bestätigt. In der Pulsbefragung im November 2011 haben wir einige Fragen ergänzt, wie zum Beispiel zum Arbeitsumfeld beziehungsweise zu Belastung und Ressourcen. Auch diese Ergebnisse belegen den Erfolg der Mitarbeiterbefragung-Folgemaßnahmen. Bezüglich der Themen Arbeitsumfang/Qualität, Work-Life und Anerkennung liegt die gesteigerte Zustimmung sogar im zweistelligen Bereich.

Enterprise 2.0: Für eine offene Innovationskultur.

Die Telekom vollzieht den technologischen Wandel und den Wandel in den Kundenmärkten parallel mit dem internen Wandel in Zusammenarbeit und Arbeitskultur – zur „Enterprise 2.0“. Sinnbildlich stehen dafür die Möglichkeiten, die das Web 2.0 für neue Formen der Zusammenarbeit und des interaktiven Kundenkontakts bietet. Wir zielen vor allem auf die Nutzung kollaborativer Tools, um damit Social Media zum selbstverständlichen Teil einer neuen und kreativen Innovationskultur zu machen.

Ideenmanagement: Mitarbeiter entwickeln die Telekom weiter.

Das Ideenmanagement der Telekom ist schon heute ein wichtiges Element der Mitarbeiterbeteiligung an der Unternehmensgestaltung. Dies gilt für alle Themen, Aspekte und Bereiche der Telekom, vom Kundenservice über interne Prozesse bis zu Produktinnovationen. Mit seinen interaktiven Tools weist das Ideenmanagement zugleich den Weg zu einer weiteren Öffnung der Telekom im Inneren und nach außen. 2011 haben wir das bereits 2009 eingeführte IT-Tool „genial@telekom“ mit einer neuen Form der Ideengenerierung ergänzt, dem „Ideengarten“. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können in diesem IT-Tool noch unausgereifte Vorschläge mit Interessierten und Experten in einem virtuellen Umfeld gemeinsam zu einer ausgereiften Idee weiterentwickeln. Obwohl sich der „Ideengarten“ noch in der Pilotphase befindet, zeugen bereits 10 600 registrierte und 2 180 aktive Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von einer hohen Akzeptanz dieser Art der aktiven Mitgestaltung.

Web-2.0-Aktivitäten extern: 425 000 Fans in Facebook, 40 000 Follower auf Twitter.

Insbesondere im externen Kundenkontakt und im Recruiting ist die Telekom in Deutschland führend unter den DAX-30-Unternehmen. Über Twitter folgen zum Beispiel über 40 000 Menschen unseren Aktivitäten und auf Facebook hat die Telekom mehr als 425 000 „Fans“, Tendenz: steigend. Auch die europäischen Landesgesellschaften nutzen immer intensiver das Web 2.0 im Kontakt mit Kunden und anderen externen Stakeholdern.

Web-2.0-Aktivitäten intern: 55 000 Beschäftigte nutzen unsere Social-Media-Plattformen.

Für die interne Zusammenarbeit nutzen etwa 55 000 Mitarbeiter unsere internen Social-Media-Plattformen: Sie diskutieren zum Beispiel auf der Telekom Blog-Plattform und bearbeiten über 2 300 Projekte und Themen im Telekom MyWiki. Die in den letzten Jahren entstandenen, zahlreichen internen Social-Media-Plattformen führen wir seit 2011 in einem konzernweiten „Telekom Social Network“ zusammen. Dieses wird 2012 der technische Hebel für sehr einfache, bereichs- und hierarchieübergreifende Zusammenarbeit sein. 2012 werden wir

konzernweit online „Telekom Jams“ einsetzen können – virtuelle Zusammenkünfte, die mit mehreren Tausend Mitarbeitern über verschiedene Bereiche und Hierarchien hinweg über einen begrenzten Zeitraum konkrete Fragestellungen bearbeiten.

Unsere Kooperationsplattform steht für alle Mitarbeiter als offenes „TelekomWiki“ und als nach Projekt- und Benutzergruppen geschlossenes „Telekom MyWiki“ zur Verfügung.

„Anders arbeiten“: Dialog über die Arbeitswelt von morgen.

Unser Wandel zur Enterprise 2.0 berührt unsere gesamte Arbeitskultur: Welche Arbeitsformen und -mittel wird es geben? Welches Verständnis von Führung, Leistung, Eigenverantwortlichkeit, Service-, Wissens- und Kreativarbeit werden wir haben? In welchen Bereichen unseres Unternehmens wird was davon wie möglich sein? Wir haben, zunächst in Deutschland, einen offenen Dialog angestoßen: im Blog „Anders arbeiten“ und auf offenen Dialogveranstaltungen. Dort haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Möglichkeit, sich an diesem Diskurs zu beteiligen, um diese Fragen mit einer gemeinsamen Zukunftsvision zu beantworten.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Neuausrichtung des Ideenmanagements	Umsetzung läuft. • Zentrale Organisation und konzerneinheitliche Regelung in Deutschland eingeführt: Ziel erreicht • Etablierung einer konzernweit einheitlichen, webbasierten IT-Plattform „genial@telekom“ 2009: Ziel erreicht • Erweiterung um eine Kommunikationsplattform auf Web-2.0-Grundlage („Ideengarten“) 2010 eingeführt: Ziel erreicht • Durchführung von Aktionen innerhalb des Konzerns; z. B. eine Aktion zu Nachhaltigkeit im Ideenmanagement mit 346 Ideen im Jahr 2010 eingeführt: Ziel erreicht • Verzahnung von Synergien zur Ideenentwicklung im Konzern (Strategie E2.0) mit einem geplanten Online-Diskussionsforum „Jam“ 2012

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Talent Agenda.

Mit der Vielfalt der Talente zur Neuen Telekom.

Ob Auszubildende, duale Studierende, Berufseinsteiger oder Experten und Führungskräfte mit Berufserfahrung: Wir brauchen auf allen Ebenen und in allen Bereichen unseres Unternehmens kompetente und kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind es, die Innovationen schaffen, diese in Produkte und Services umsetzen und damit die Deutsche Telekom vorantreiben. Um solche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen, zu binden und zu entwickeln, positioniert sich der Konzern als Vorreiter einer zukunftsorientierten Personal- und Talentpolitik. Wir wollen die besten Talente in ihrer ganzen Vielfalt anziehen, indem wir als Arbeitgeber attraktive Entwicklungsmöglichkeiten und Arbeitsumfelder bieten. Und wir verknüpfen die unterschiedlichen Potenziale und Bedürfnisse von Frauen und Männern.

Arbeitgebermarke.

„The Great Experience“: Das globale Arbeitgebersversprechen.

Mit einem klaren und globalen Arbeitgebersversprechen, das wir unter „The Great Experience“ zusammenfassen, – wollen wir unser Profil auf den Arbeitsmärkten schärfen. Ergänzend zu unserem Versprechen konkretisieren die jeweiligen Landesgesellschaften, was sie als Arbeitgeber attraktiv macht, und zeigen künftigen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auf, warum sie bei der Telekom einzigartige, wertvolle Erfahrungen sammeln können. Ab 2012 werden wir „The Great Experience“ offensiv für unsere Talentsuche einsetzen.

Mehr erfahren

The Great Experience – Vielfalt erleben und Neues schaffen.

Besondere Erlebnisse zu ermöglichen und jederzeit miteinander teilen zu können – dafür stehen wir als eines der weltweit führenden Unternehmen der Kommunikations- und Informationstechnologie. Vielfalt prägt unser Denken und Handeln und ermöglicht hervorragende Leistungen. In einem Umfeld mit Raum zur persönlichen Entwicklung und den besten Voraussetzungen, berufliches und privates Leben optimal in Einklang zu bringen. Wir sind ein internationales Netzwerk, das herausfordernde Aufgaben durch Zusammenarbeit und Teamgeist löst. Und das alle Mitarbeiter unterstützt, unsere gesellschaftliche Verantwortung zu leben. Wir sind davon überzeugt, dass Veränderungen neue Chancen für Entwicklung und Innovation bringen – und dass Menschen, die nach Höchstleistungen streben, über sich hinauswachsen und Neues schaffen können.

Arbeitgeberimage weiter verbessert.

Unser Ziel ist es, bis 2015 in den Rankings der Top-Arbeitgeber regelmäßig zu den Besten zu gehören. Deutlich verbessern konnten wir uns im Jahr 2011 in Absolventenstudien wie der Trendence- und der Universum-Studie: Im Ranking der IT-Absolventen bei Trendence befinden wir uns auf Platz 17 und in der Universum-Studie auf Platz 12; dort liegen wir erstmals vor Arbeitgebern aus der Automobilbranche. Unsere Großkundensparte T-Systems wurde darüber hinaus in Deutschland als „Top Arbeitgeber Automotive 2011“ mit dem dritten Gesamtplatz ausgezeichnet.

Zahlreiche Auszeichnungen in Europa.

In Europa konnten die Landesgesellschaften kräftig punkten. T-Systems Austria erhielt die Auszeichnung als bester Arbeitgeber für Berufseinsteiger und platzierte sich beim „Great Place to Work“-Wettbewerb auf den vordersten Rängen. Weitere erste Plätze erreichten T-Systems Netherlands als bester ICT-Arbeitgeber in den Niederlanden sowie T-Systems Slovakia als „IT-Company“ und „Company of the Year 2011“ in der Slowakei. T-Systems Czech Republic wurde in Tschechien bei der „Employer of the Region Competition“ ausgezeichnet. Zeitgleich erhielt T-Mobile Austria in Österreich die Auszeichnung als „Most Attractive Employer“. T-Mobile Netherlands sowie PTC wurden als „Top Employers 2011“ ausgezeichnet.

Erfolgreiches Recruiting: Alle 2 600 offenen Stellen besetzt.

Insbesondere die Zahl von rund 49 000 externen Bewerbern und die Besetzung der rund 2 600 offenen Stellen zeigen, dass die Beliebtheit des Konzerns als Arbeitgeber stetig wächst. Das belegt auch die Studie Career's Best Recruiter, die HR-Produkte, Prozesse, Aktivitäten und Wahrnehmung der Bewerberansprache der 500

größten deutschen Unternehmen aus Sicht der Bewerber 2011 bewertet hat. Hier wurde die Telekom auf Platz zwei gewählt.

Talentmanagement.

Wer als Unternehmen neue Talente sucht, sollte dort präsent sein, wo sich auch die Zielgruppe aufhält. Das ist für die Generation des digitalen Zeitalters beispielsweise das Internet mit seinen sozialen Netzwerken.

Nachwuchssuche in der digitalen Welt erneut ausgezeichnet.

Im Internet, genauern sozialen Netzwerken, nutzen Digital Natives die Möglichkeiten interaktiver Vernetzung, der Kommunikation in Echtzeit, mit unkonventionellen Dialogformen und flachen Hierarchien. Anders als früher erwarten die Bewerber heute einen direkten Einblick ins Unternehmen. Sie möchten wissen, wie ihr potenzieller neuer Arbeitgeber von innen aussieht, möchten ihre künftigen Kolleginnen und Kollegen kennenlernen, einen Eindruck von Themen und Bereichen gewinnen. Genau hier liegt die große Chance sozialer Netzwerke. Das Web-2.0-Engagement der Telekom gilt seit Jahren als führend unter den deutschen DAX-30-Unternehmen. Auch die europäischen Landesgesellschaften sind in den Talentmärkten über Social Media präsent. 2011 haben wir zum zweiten Mal in Folge den ersten Platz bei den „HR Social Media Aktivitäten DAX 30 Unternehmen“ belegt. In der Studie „Online Talent Communication“, die die Kanäle Social Media, Karriereseite, Jobbörse und Mobile Recruiting bewertet, erreichten wir den fünften Platz. Befragt wurden rund 30 000 Studierende und Absolventen weltweit.

Interaktivität und persönlichen Bezug verstärken wir auch durch Aktionen wie den Crowdsourcing-Wettbewerb „Your Idea!“, der bisher im deutschen Personalmarketing einzigartig ist. Hier können Studierende und Absolventen erstmals eine eigene Applikation für die Facebook-Fanpage „TelekomKarriere“ oder zur Einbindung auf unserer Karriereseite im Internet konzipieren.

Neue Jobbörse im ersten Halbjahr 2012: In drei Minuten zur Bewerbung.

Die neue Jobbörse soll den Bewerbungs- und Rekrutierungsprozess erheblich beschleunigen. Beispielsweise können sich dann Professionals in nur drei Minuten auf unsere Jobs bewerben. Unsere Stellenausschreibungen erreichen künftig noch mehr Interessenten: Wir nutzen externe Jobportale und Social-Media-Kanäle stärker als bisher – dank automatischer Schnittstellen zum Beispiel zu Monster, StepStone, Facebook und Twitter.

Studierende und Absolventen als Talente gewinnen.

Über 300 internationale Hochschulabsolventen nutzten 2011 die Möglichkeit zum Berufseinstieg.

Erfolgreich weitergeführt haben wir unsere Berufseinstiegsangebote für Absolventen, den Programmeinstieg „Start up!“ und den Direkteinstieg „Jump in!“. Start up! ist unser internationales, projektbasiertes Programm für Hochschulabsolventen. Das 15-monatige Programm findet unter besonderer Beachtung durch den Vorstand statt und wird beispielsweise in den Bereichen Personal, Finanzen, IT, Technologie, Vertrieb und Service angeboten. Die 56 Hochschulabsolventen, die im letzten Jahr als Start up! begannen, stammen aus 14 verschiedenen Ländern. Der Anteil der internationalen Programmteilnehmer beträgt über 30 Prozent, der Anteil der jungen Frauen 49,3 Prozent. Für Hochschulabsolventen aller Studienabschlüsse bieten wir außerdem mit Jump in! einen Direkteinstieg in ihr präferiertes Einsatzfeld bei der Telekom an. Begleitende Maßnahmen fördern die neuen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der ersten 24 Monate gezielt. Mit Jump in! sind 2011 über 250 Absolventen bei der Telekom eingestiegen.

Bis 2014: 360 Stipendien im Rahmen des Deutschlandstipendiums.

Die Deutsche Telekom AG unterstützt seit dem Sommersemester 2011 das nationale Stipendiensystem der Bundesregierung. Bis 2014 wird der Konzern insgesamt 360 Studentinnen und Studenten im Rahmen des Deutschlandstipendiums fördern. Ein Drittel der Stipendien ist für Masterstudiengänge reserviert, zwei Drittel stellt das Unternehmen für Bachelorstudiengänge bereit. Unterstützt werden Studierende vor allem in MINT-Studiengängen (MINT : Mathematik, Informationstechnik, Naturwissenschaften und Technik) an sieben deutschen Hochschulen: TU Dresden, WWU Münster, LMU München, HS München, TU Darmstadt, TU Dortmund und FH Dortmund.

Kontakt zu Absolventen und Talenten herstellen: Mit zahlreichen Events und Programmen.

Eine ganze Reihe von Veranstaltungen und Programmen unterstützt das Ziel, Kontakt zu Absolventen und vielversprechenden Nachwuchskräften aufzubauen und zu halten:

- **„Flexikum – das Praktikum, bei dem sich die Firma zeitlich anpasst“.** Die Bologna-Hochschulreform schränkt die zeitlichen Möglichkeiten, Praktika zu absolvieren, deutlich ein. Um angehenden Akademikern dennoch eine Brücke zwischen Theorie und Praxis zu ermöglichen, hat die Telekom das Flexikum entwickelt: Die Teilnehmer schneiden ihren Praktikumsplan individuell auf ihren Bedarf zu, die Firma passt sich ihren Planungen an.
- **„Technology meets Talent“.** Die sechste Auflage unseres Barcamps drehte sich um mobile Web-Anwendungen und -Technologien. Es bietet talentierten Köpfen und hochkarätigen Experten aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft und Politik eine Plattform zum Austausch und gegenseitigen Kennenlernen.
- **„LoungeXING“.** T-Systems kombiniert Web-2.0-Aktivitäten mit Events zur persönlichen Kontaktaufnahme, zum Beispiel der LoungeXING. Das Expertenforum fand bereits zum vierten Mal in Zusammenarbeit mit verschiedenen Gruppen – wie „IT-Connection“ und „StuttgartBC“ – des beruflichen sozialen Netzwerks XING statt.
- **Telekom Hochschulbotschafter.** Die Telekom verfügte 2011 über ein Netzwerk von 530 Fach- und Führungskräften (2008: 300). Als „Telekom Ambassador“ halten sie Gastvorlesungen oder Praxisvorträge an Hochschulen und tragen über persönlichen Kontakt wesentlich zu einer Verbesserung des Arbeitgeberimages bei.

Barcamp: Tagung mit offenen Workshops, deren Inhalte und Ablauf die Teilnehmer zu Beginn selbst entwickeln und im weiteren Verlauf gestalten.

Neue Wege im Schülermarketing: "Gold-Award" für „reif“.

Unter anderem mit dem preisgekrönten Jugendmagazin „reif“ und mit unserer neuen Plattform „Wissen verändert alles“ erzielen wir einen Anstieg der Bewerbungen insbesondere auf technische, duale Studiengänge und einen Anstieg der Bewerbungen von Frauen. Auf der Microsite www.wissen-veraendert-alles.de haben seit November 2010 mehr als 85 000 Mitspielerinnen und Mitspieler die Telekom virtuell erkundet. In „reif“ bündelt die Telekom ihre Informationen zur Berufsorientierung. Das Heft ist Ausbildungsbroschüre und Jugendmagazin zugleich. Beim „Best of Corporate Publishing“-Award – dem größten dieser Art in Europa – wurde „reif“ mit dem "Gold-Award" ausgezeichnet. 4 000 Leserbriefe und 200 000 Klicks auf www.reif-magazin.de bestätigen die sehr gute Leserbindung.

- MINT  (Mathematik, Informationstechnik, Naturwissenschaft, Technik):

Schülerinnen-Mentoring-Programm der HfTL: Mit vielen MINT-Initiativen wollen wir Mädchen und junge Frauen für technisch-naturwissenschaftliche Berufe, Fach- und Führungspositionen begeistern. Ab dem Herbstsemester 2012 startet zum Beispiel das zweite Schülerinnen-Mentoring-Programm an der Hochschule für Telekommunikation Leipzig (HfTL). Wir wollen insbesondere Schülerinnen mit Migrationshintergrund in das Programm aufnehmen.

Gestiegener Frauenanteil in MINT-Studiengängen: 2011 konnten wir den Anteil an Frauen für alle MINT-Studiengänge (Präsenz, dual, berufsbegleitend) im Vergleich zum Jahr 2010 von 13,4 auf 20,7 Prozent steigern. Allein bei dualen MINT-Studiengängen hat sich der Wert auf 26 Prozent mehr als verdoppelt.

MINT-Handbuch: Darüber hinaus stellt die Telekom interessierten Unternehmen und Institutionen ihre Erfahrungen mit „JUMP in MINT  - Jugend-Mentoring-Programm in MINT “ in einem Handbuch frei zur Verfügung. Das Handbuch beinhaltet das Konzept des Mentoring-Programms und liefert Empfehlungen für die Weiterführung durch andere Unternehmen und Institutionen.

- Aktivität für benachteiligte Jugendliche:

Jungen Erwachsenen den Berufseinstieg ermöglicht: „Goldene Victoria für Integration“.

Unsere unternehmerische und auch gesellschaftliche Verantwortung nehmen wir auf allen Bildungsebenen ernst. 2011 haben wir 100 Jugendlichen die Chance zum Berufseinstieg geboten. Bis zum Jahr 2012 wollen wir mit dem Pilotprojekt „Meine Chance – ich starte durch“, das wir in Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit durchführen, weiteren Jugendlichen konkrete Perspektiven für den Berufseinstieg eröffnen; das Programm wendet sich insbesondere an Jugendliche mit Hartz-IV-Hintergrund. Dafür wollen wir 2012 150 Plätze zur Verfügung stellen. Die bisherige Bilanz des Projekts ist positiv: Von 66 EQ-Praktikanten, die im Jahr 2010 gestartet sind, konnten 48 (75 Prozent) eine Ausbildung bei uns beginnen. 32 Jugendliche konnten sogar direkt in das zweite Ausbildungsjahr übernommen werden. Für dieses Engagement erhielt die Telekom 2011 die „Goldene Victoria für Integration“. Wir streben in unserer gesamten Berufsausbildung an, dass jedes Ausbildungszentrum den Anteil an Auszubildenden mit Migrationshintergrund aufweist, der in der umliegenden Region herrscht.

Teilzeitausbildung für Alleinerziehende: Neues Pilotprojekt mit 17 Müttern gestartet.

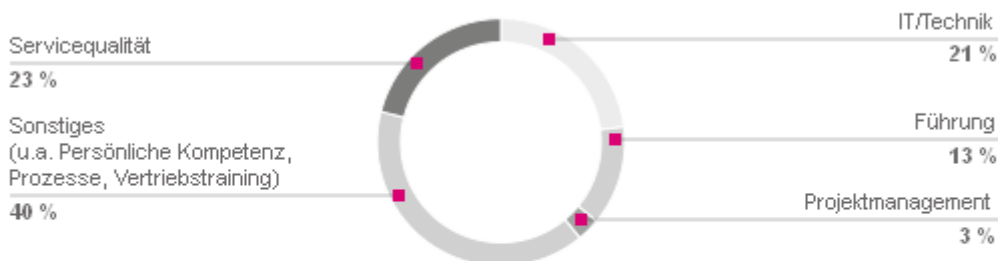
Im September 2011 startete die Telekom zusammen mit der Bundesagentur für Arbeit in Leipzig ein neues Projekt für Ausbildung und Studium für Alleinerziehende. In fünf unserer Ausbildungszentren begannen innerhalb des Pilotprojekts 17 alleinerziehende Mütter ihre Ausbildung in Teilzeit. Im Oktober 2011 starteten darüber hinaus drei junge Mütter ein technisches duales Studium in Teilzeit.

Aus- & Weiterbildung.

Weiterbildung Telekom Training.

2011 wurden im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen der Deutschen Telekom in Deutschland 40 965 Seminare mit 284 044 Teilnehmern durchgeführt. Entsprechend der absolvierten Teilnehmertage entfielen im Berichtszeitraum durchschnittlich sechs Qualifizierungstage auf jeden Mitarbeiter.

Weiterbildung Telekom Training Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Seminare: 40 965
 Teilnehmer: 284 044 {jeder MA Ø zwei Teilnahmen}
 Teilnehmertage: 734 237
 Ø Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer: 2,6 ; je Mitarbeiter: 6,0
 Anzahl durchgeführter webbasierter Trainings (Content Usages auf interner E-Learning-Plattform): 813 235

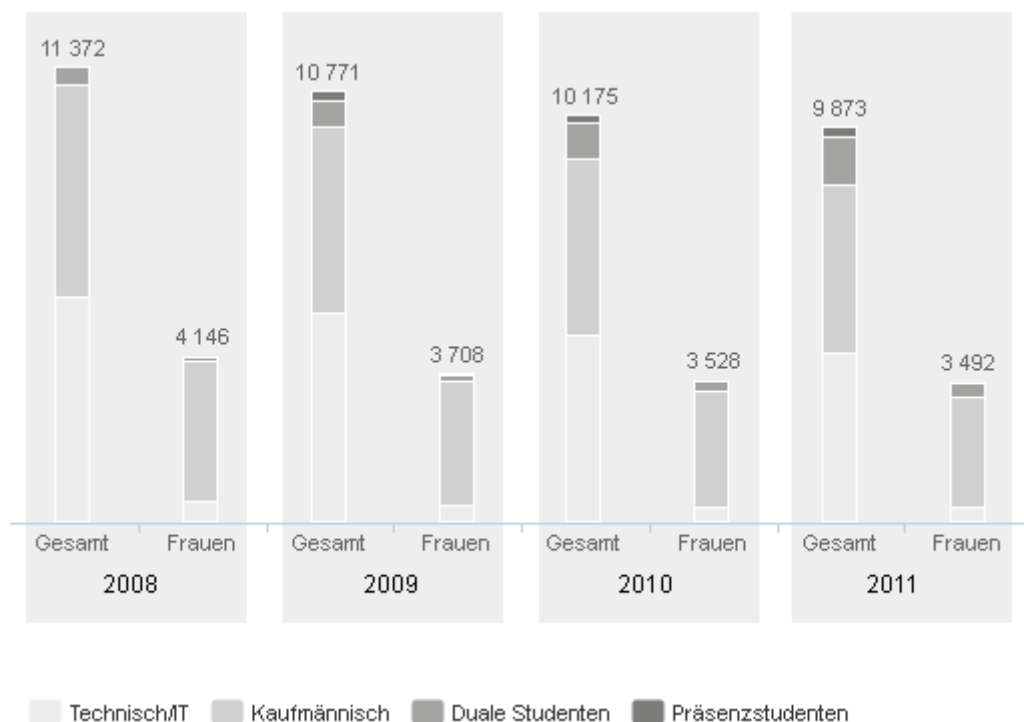
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren LA 10 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) und LA 11 (lebenslanges Lernen) sowie die EFFAS-Kennzahl S02-02 (Aufwendungen für Weiterbildung pro Mitarbeiter) teilweise ab. Weiterhin entsprechen wir durch die Angabe dem Kriterium 16 (Weiterbildung und Beschäftigungsfähigkeit) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Auszubildende und Berufsfelder.

Die Zahl der Auszubildenden (einschließlich Studenten) ging 2011 von 10 175 im Vorjahr auf 9 873 leicht zurück. Bei den weiblichen Auszubildenden sank sie von 3 528 auf 3 492.

Auszubildende und Berufsfelder Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.
 Gesamt und Anteil Frauen, Konzern Deutsche Telekom in Deutschland.



Beispiel kaufmännische Berufe: Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute im Einzelhandel bzw. für Dialogmarketing, Industriekaufleute

Beispiel duale Studiengänge: Bachelor in Business Administration, Telekommunikationsinformatik, Wirtschaftsinformatik

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator LA 10 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) teilweise ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Personalentwicklung.

Wir wollen Experten- und Führungspositionen überwiegend mit Top-Leistern aus den eigenen Reihen besetzen. Um sie im Konzern zu halten, bieten wir den künftigen Experten und Führungskräften zuallererst attraktive Arbeitsbedingungen. Wir übertragen ihnen verantwortungsvolle, spannende und herausfordernde Aufgaben. In einem parallelen Schritt wollen wir ihnen langfristige Perspektiven für ihre persönliche berufliche Entwicklung eröffnen.

Talentmanagement: Interne Personalentwicklung und Talentförderung.

Talent Spaces: International und übergreifend Talente sichtbar machen.

Ein Meilenstein für unser internationales und bereichsübergreifendes Talentmanagement ist die Initiative „Talent Spaces“. Getreu dem Guiding Principle „An die Spitze! Leistung anerkennen – Chancen bieten“ ist das Ziel der Initiative, sich zu vernetzen und die teilnehmenden Talente im Unternehmen sichtbar zu machen. Im Oktober 2010 sind wir zunächst in fünf funktionalen Bereichen gestartet: Technologie, IT, Einkauf, Finanzen und Personal. In die zweite Runde der "Talent Spaces" ab Oktober 2012 werden wir weitere Funktionen integrieren. Dass wir mit der Initiative der "Talent Spaces" erfolgreich sind, zeigen die Zahlen: Nach 12 der insgesamt 18 Monate haben sich bereits die Hälfte der fast 200 Talente – davon 44 Prozent Frauen und 42 Prozent internationale Teilnehmer – weiterentwickelt, sowohl innerhalb des eigenen Funktionsbereichs als auch über dessen Grenzen, die der Geschäftseinheit und des Landes hinaus.

Herzstück der individuellen Personalentwicklung: Performance & Potential Review und Compass.

Dreh- und Angelpunkt unserer Personalentwicklung ist die Leistungs-, Kompetenz- und Potenzialeinschätzung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie unserer Führungskräfte. Ein Höchstmaß an Transparenz und Vergleichbarkeit soll dafür sorgen, dass wir Nachfolger identifizieren und ihnen herausfordernde, auch bereichsübergreifende und internationale berufliche Perspektiven eröffnen können. Als Personalentwicklungsinstrumente dienen uns dafür der Performance & Potential Review und Compass. 2011 haben wir den PPR für alle außertariflichen Mitarbeiter und für Führungskräfte international bereitgestellt. Die Planungen zur Anbindung aller internationalen Experten an den PPR laufen bereits.

Diesem großen Schritt zu konzernweiter Transparenz haben wir in Deutschland – ebenfalls 2011 – einen ersten Schritt zu mehr Vergleichbarkeit auf Mitarbeiterebene folgen lassen: das neue jährliche Entwicklungsgespräch Compass für tarifliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Beamte. Compass ermöglicht unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, einzuschätzen und einzuordnen, wo sie beruflich stehen. Damit honorieren und fördern wir gute Leistung und füllen unser Guiding Principle „An die Spitze! Leistung anerkennen – Chancen bieten“ mit Leben.

Karrierepfade in der Telekom.

Vielfältige Entwicklungsmöglichkeiten.

Während wir mit dem PPR international das Potenzial unserer Executives und außertariflichen Mitarbeiter in

Experten-, Projekt- und Führungsaufgaben beurteilen, konzentrieren wir uns mit Compass darauf, unsere tariflichen Mitarbeiter weiterzuentwickeln. Diese Entwicklung geschieht im Rahmen unserer Karrierepfade, die wir wechselseitig so durchlässig wie möglich gestalten:

- Mit der Führungskräfteentwicklung "STEP up!" und
- der Experten- und Projektkarriere "Go Ahead!".

Im Berichtsjahr haben wir die Vorbereitungen abgeschlossen, um "Go Ahead!" konzernweit einheitlich auszurollen. Dies wird voraussichtlich zur Jahresmitte 2012 geschehen. Gestartet haben wir "Go Ahead!" 2011 bei T-Systems. Ob Projekt-, Experten- oder Führungskarriere: Immer gilt, dass wir die Leistungsträger, die wir in den eigenen Reihen haben, möglichst gezielt weiterentwickeln, vernetzen und sie für Aufgaben mit größerer Verantwortung vorbereiten wollen.

"STEP up!": Internationalisierung unserer Entwicklungsprogramme mit Hunderten Teilnehmern.

Zu den Programmen unserer Führungskräfteentwicklung "STEP up!" zählen unter anderem das weltweite „Leadership Development Program" (LDP) und sein noch vorübergehend angebotener deutschsprachiger Ableger, das „Führungskräfte-Entwicklungsprogramm" (FEP). Damit unterstützen wir Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich erstmals auf eine Führungsposition mit größerer, dauerhafter Personalverantwortung vorbereiten, aber auch Führungskräfte auf dem Weg in eine weiterführende Führungstätigkeit. Im Jahr 2011 haben 612 Mitarbeiter und Executives am LDP beziehungsweise FEP teilgenommen, 32 Prozent von ihnen waren Frauen.

Internationale Mobilität, Austausch und Wissenstransfer.

Um den Aufbau von Know-how und eines gemeinsamen One-Company-Gedankens über Ländergrenzen hinweg und geschäftsspezifisch voranzutreiben, legen wir großen Wert auf international ausgerichtete Fördermaßnahmen:

- "Telekom X-change" als internationale Personalentwicklungsinitiative. Das Programm eröffnet Leistungsträgern die Gelegenheit, für drei bis sechs Monate den Arbeitsalltag im internationalen Umfeld kennenzulernen. Dies betrifft sowohl Entsendungen von und nach Deutschland als auch direkt zwischen den internationalen Landesgesellschaften.
- Professional Programs (PP) sichern „State of the art"-Fachexpertise: In Zusammenarbeit mit renommierten Business Schools bauen wir Spezialwissen und strategisch relevante Fähigkeiten unserer Mitarbeiter aus. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen die Gelegenheit eines Masterabschlusses zur Krönung ihres hohen Engagements.
- Master Classes: Dieses europaweite Entwicklungsangebot wendet sich an ausgewählte Top-Leister aus "Go Ahead!".

Telekom School of Transformation: Impulsgeber für die Telekom von morgen.

Im Geschäftsjahr 2011 haben wir die Gründung der Telekom School of Transformation eingeleitet. Sie fungiert künftig als ein Impulsgeber für die Telekom von morgen. Die Telekom School of Transformation reflektiert Veränderungen in Gesellschaft, Kultur und Technologie, regt zu nachhaltigen Lösungen für künftige Arbeits- und

Lebenswelten an und fördert so die stetige Transformation der Telekom.

Die Telekom School of Transformation begleitet die nationale und internationale Vernetzung innerhalb des Unternehmens genauso wie den Dialog mit seinen externen Stakeholdern. Sie identifiziert Innovations- und Veränderungspotenziale und ermutigt die Mitarbeiter zum verantwortlichen unternehmerischen Handeln. Sie bestärkt die Telekom auf ihrem Weg zum bestangesehenen Serviceunternehmen der Branche. Lern- und Erfahrungsräume – virtuell wie real – ermöglichen die Entwicklung neuer Kompetenzen, Freiräume zum Denken eröffnen Fenster in die Zukunft. Unser Arbeitgebersprechen „The Great Experience“ wird so an der Telekom School unmittelbar erfahrbar. Mitte des Jahres 2012 werden wir sukzessive die Maßnahmen und Angebote der Telekom School of Transformation „live“ schalten und so unseren Mitarbeitern zugänglich machen.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Schwerpunktmäßige Einführung von Expertenlaufbahn/Expertenkarriere	Umsetzung läuft. • Bisher angestrebte Zielgruppe von 35 000 bis 2011 wurde erreicht • 2011–2013: Rollout auf weitere Unternehmensbereiche und Gesellschaften

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Diversity.

Für die Deutsche Telekom bedeutet Diversity produktive Vielfalt. Unser Ziel ist es, die Vielfalt innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens als Quelle von Geschäftserfolg, Kreativität und Innovation zu fördern und zu nutzen. Damit halten wir dem demografischen Wandel, geschäftlichen Herausforderungen und gesellschaftlichen Ansprüchen stand. Mit dem Wandel zum offenen Unternehmen bieten wir Talenten in ihren verschiedenen Lebensphasen vielfältige Möglichkeiten, sich beruflich und individuell zu entfalten: in Deutschland und international, für Frauen und Männer, Jung und Alt. Wir schaffen attraktive Arbeitsumfelder, flexible Arbeitsbedingungen und Arbeitszeitmodelle. Dafür haben wir 2011 unter anderem „work-life@telekom“, unser Programm zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, weiter ausgebaut.

Gender: Mehr Frauen an die Spitze.

Mehr Frauen in Führungspositionen.

Als erstes DAX-30-Unternehmen führte die Telekom 2010 eine Quotierung des Frauenanteils bei Stellenbesetzungen und Managementprogrammen ein. Mit unserem Schritt haben wir Diversity in Deutschland als gesellschaftliches Top-Thema etabliert. Wir waren Taktgeber für die DAX 30. Alle Mitgliedsunternehmen sind im Oktober 2011 dem Vorbild der Telekom gefolgt, freiwillig Zielwerte zur Erhöhung des Frauenanteils im Management festzulegen. Bis Ende 2015 sollen bei der Telekom 30 Prozent der oberen und mittleren Führungspositionen mit Frauen besetzt sein. Die Regelung gilt für alle Landesgesellschaften der Telekom. Um dieses Ziel zu erreichen, realisieren wir unser Programm zur Frauenquote entlang der gesamten Talentpipeline – in unseren dualen und berufsbegleitenden Ausbildungs- und Studiengängen, in unseren Entwicklungsprogrammen für Nachwuchs und in unseren Programmen für Führungskräfte bis zur Besetzung von Top-Positionen. Durch Controlling und Monitoring unserer Besetzungs- und Auswahlprozesse schaffen wir Transparenz und wollen sicherstellen, dass mindestens 30 Prozent Frauen in die engere Bewerberauswahl genommen werden.

Zielwert Frauenquote für 2011 übererfüllt.

Unsere Quotenwerte zeigen nach zwei Jahren deutlich nach oben:

- Die Frauenquote im Führungskräftebereich weltweit hat sich seit Verkündung der Frauenquote Anfang 2010 von 19 Prozent auf 24,7 Prozent erhöht.
- Im 66-köpfigen Managementteam unterhalb des Konzernvorstands, dem Business Leader Team, sind inzwischen insgesamt sieben Managerinnen vertreten.
- Ab dem 3. Mai 2012 haben Frauen zwei der sieben Vorstandspositionen der Telekom inne.
- In Aufsichtsräten von Beteiligungen der Deutschen Telekom nehmen inzwischen 31 Frauen (Vorjahr: 13) Mandate wahr (20,5 Prozent). Bei den internationalen Gesellschaften bekleiden 17 Frauen ein Amt im Aufsichtsrat (13,2 Prozent).
- Den Anteil weiblicher Talente in der gesamten Talentpipeline bauen wir systematisch aus: Bei Bologna@Telekom betrug der Frauenanteil im Jahr 2011 30 Prozent.

Wandel der Unternehmenskultur vorantreiben.

Mit einer Vielzahl an Maßnahmen haben wir 2011 das Thema Kulturwandel in den Konzern getragen. Drei Beispiele:

- **Dialogforen:** Im Fokus der Veranstaltungen stand die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.
- **Vielfalt international fest verankern:** Allein bei T-Systems sind in den Landesgesellschaften rund 60 Diversity-Projekte gestartet. In Europa werden Erfahrungen vor allem zum flexiblen Arbeiten und Projekte zum Gender- und Generationenmanagement ausgetauscht.
- **Weibliche Netzwerke stärken:** Unsere Frauennetzwerke erfahren einen regen Zulauf und werden durch den Konzern gefördert. Mittlerweile beteiligen sich fast 1 000 Frauen an den Netzwerken.

Gender Collaboration Trainings: Vielfalt in gemischten Teams führen.

Dass gemischte Teams kreativer und innovativer sind, belegen zahlreiche Studien. Um dieses Potenzial zu nutzen und Vielfalt zum Erfolgsfaktor zu machen, hat die Telekom konzernweite Gender Collaboration Trainings gestartet. Darin bereiten wir unsere Managerinnen und Manager auf das Führen zunehmend heterogener Teams vor. Wesentliches Ziel der verpflichtenden Trainings ist es, Diversity fest im Unternehmen zu verankern. Wir haben die Trainings bereits im Dezember 2010 in europäischen Landesgesellschaften der Telekom gestartet und europaweit ausgerollt; zurzeit führen wir sie an allen großen Standorten in Deutschland durch.

"work-life@telekom": Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Im Berichtsjahr haben wir "work-life@telekom", unser im Jahr 2009 eingeführtes Programm zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, in Deutschland gezielt weiter ausgebaut. Damit wollen wir die Entwicklung weiblicher Talente in Führungspositionen vorantreiben und auch Männern angesichts veränderter Karrierevorstellungen ein Arbeitsumfeld mit mehr Zeitflexibilität bieten. Um Selbstverantwortung und Zeitsouveränität zu fördern, haben wir unter anderem unsere Selbstverpflichtungen zu Work-Life konzernweit mit Leben gefüllt:

- **Nutzung mobiler Endgeräte: Konzernweite Diskussion angestoßen.** 2011 haben wir in Deutschland klargestellt, dass keine Pflicht zur beruflichen Nutzung mobiler Endgeräte und der E-Mail-Kommunikation außerhalb der Arbeitszeiten besteht. Diese Selbstverpflichtung wurde nach ihrer Ankündigung und Einführung zunehmend auch international zum Thema. So sieht beispielsweise eine adaptierte Selbstverpflichtung bei T-Systems in China vor, von Freitag, 18 Uhr, bis Montag, 8 Uhr, auf berufliche E-Mail-Kommunikation zu verzichten. Über neue Arbeitsformen wollen wir einen Mix schaffen, der herausragende Leistungen und zugleich attraktive Arbeitsmöglichkeiten verbindet und eine Win-win-Situation für Unternehmen und Belegschaft herstellt. Ein Beispiel dafür ist „Mobile Working“, ein Arbeitsmodell, das wir zunächst bei T-Mobile Austria eingeführt haben.
- **Teilzeit: Über 14 500 Mitarbeiter nutzen das Angebot allein in Deutschland.** Die Selbstverpflichtung „Teilzeit für Führungskräfte“ zeigt erste Wirkung: Die Zahl der männlichen wie weiblichen deutschen Führungskräfte in Teilzeit ist auf 27 gestiegen. Insgesamt üben allein in Deutschland über 14 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine Teilzeittätigkeit aus.
- **Neue Modelle für Job-Auszeiten in Vorbereitung.** Außerdem schafft die Telekom 2012 neue, maßgeschneiderte Angebote und Finanzierungsmodelle für zeitlich befristete Auszeiten vom Job. Wir bieten vom Unternehmen vorfinanzierte Aus- oder Teilzeitmodelle aus persönlichen Gründen an – dazu zählen auch Teilzeitmodelle für Familie (seit Januar 2012 Angebot der Familienpflegezeit mit besonderem Gehaltsmodell), Weiterbildung oder gesellschaftliches Engagement. Darüber hinaus bietet ein Ansparmodell die Möglichkeit, flexible Auszeiten zu nehmen oder eine Teilzeit individuell zu gestalten.

- **Standardisierter Elternzeitprozess.** 2011 haben wir die Ausgestaltung der Elternzeit ("Stay in contact") für alle Beschäftigtengruppen weiterverfolgt. Ziel ist es, dass die Beschäftigten durch systematische Kontaktpflege mit Unternehmen, Kollegen und Arbeitsbereich in Verbindung bleiben. Wir unterstützen sie dabei unter anderem mit Angeboten zu Planungsgesprächen zu Beginn und während der Elternzeit sowie zu Wiedereinstiegsgesprächen.

Arbeitsmodell „Mobile Working“.

Nutzen können diese Arbeitsvariante Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, wenn ihre Stelle es zulässt, sie persönlich dafür qualifiziert sind und ihre jeweilige Führungskraft dies befürwortet. Maximal 20 Prozent der Arbeitszeit können dann auf Vertrauensbasis mobil, an selbst gewählten Orten erbracht werden.

Weitere Work-Life- und Unterstützungsangebote.

- Diversity Consultants: Beratung zu den Themen Elternzeitprozess sowie Flexibilität bezüglich Arbeitsplatz und Arbeitszeit. Ansprechpartner in Sachen Karriereentwicklung
- Väternetzwerk
- Kita-Plätze: deutschlandweit insgesamt 379. 2012 kommen weitere rund 180 Betreuungsplätze hinzu. Ausweitung auch in den Landesgesellschaften
- Kinderfreundliche Büros: in Deutschland und Ungarn eingerichtet
- Ferienfreizeitprogramm: fester Bestandteil des Unternehmensangebots
- Jugendaustauschprogramm: Im Berichtsjahr erfolgte zudem ein Pilot für ein internationales Jugendaustauschprogramm
- Kostenlose Notfallbetreuung für Kinder
- Kostenlose Unterstützung bei der Suche nach Kinderbetreuung vor Ort
- Beratungs- und Vermittlungsdienst des Seniorenservice für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen
- Freistellung bei familiären Notfallsituationen
- Familienerholungsangebote: genutzt von über 42 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern inklusive ihrer Familienangehörigen
- Haushaltsnahe Dienstleistungen: Beratung und Vermittlung über den Elternservice der Arbeiterwohlfahrt (AWO)
- Das Betreuungswerk Post Postbank Telekom hat größtenteils in Deutschland im Berichtsjahr rund 110 000 Euro Studienbeihilfen und rund 385 000 Euro an Unterstützungszahlungen geleistet.

"Generation@Telekom": Fit für den demografischen Wandel.

Der Trend einer alternden Gesellschaft macht auch vor der Telekom nicht halt. Wir müssen die Erfahrung älterer Beschäftigter sichern und gleichzeitig durch die gezielte Einstellung von jüngeren Beschäftigten für einen ausgewogenen Altersmix im Unternehmen sorgen. Mit „Generation@Telekom“ wollen wir die Telekom fit für diese Herausforderungen machen und das gegenseitige Verständnis der Generationen fördern. Zu den Maßnahmen unserer lebensphasenübergreifenden Personalpolitik zählt zum Beispiel das „Reverse Mentoring“: Erfahrungsaustausch zwischen den Generationen einmal umgekehrt – jüngere Beschäftigte erklären älteren Führungskräften die Welt des Web 2.0. Darüber hinaus gibt es unter anderem

- Kundenbeirat 50plus: Der Expertenkreis berät den Konzern bei der Entwicklung und Einführung von Produkten und Services speziell für die Generationen 50plus.
- Förderung des Gesundheitsbewusstseins und Bereitstellung von Angeboten

- Mentoring von Studierenden in MINT-Studiengängen
- „Bologna 40plus“: spezielle berufsbegleitende Studienangebote für die akademische Weiterbildung. Durch eine Vielzahl akademischer Weiterbildungsangebote erreichen wir Mitarbeiter über 40. Sie haben die Möglichkeit, sich über berufsbegleitende Studienmodule beziehungsweise auch komplett berufsbegleitende Studiengänge akademisch weiterzubilden. 2011 waren von den 433 geförderten berufsbegleitenden Studierenden bereits 8 Prozent über 40 Jahre alt.

Internationalität: Austausch verbessern.

Internationale Zusammenarbeit über Grenzen und Kulturen hinweg zu fördern, ist für uns eine zentrale Herausforderung. Den Erfahrungsaustausch unterstützen wir durch unser internationales Diversity-Netzwerk mit Teilnehmern aus den Landesgesellschaften. Weitere Maßnahmen zur Verbesserung des interkulturellen Austauschs sind neben unseren internationalen Entwicklungsprogrammen unter anderem die Kooperation mit der „Charta der Vielfalt“ und unsere Teilnahme am Weiterbildungsprojekt „Afrika kommt!“.

Sexuelle Identität.

Die Telekom macht sich stark für ein aufgeschlossenes Arbeitsumfeld. Darin sollen alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, unabhängig von ihrer sexuellen Identität, ihr volles Potenzial einbringen können. Dazu haben wir 2011 die Unterstützung unseres Mitarbeiternetzwerks „queerbeet“ für homosexuelle, bi- und transsexuelle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ausgeweitet. Wir pflegen außerdem enge Kooperationen mit dem „Völklinger Kreis“ sowie den „Wirtschaftsweibern“. Darüber hinaus sind wir jährlich auf den „MILK“-Karrieretagen vertreten.

Menschen mit Behinderung: Gesetzliche Quote übererfüllt.

Die Förderung und Integration von Menschen mit Behinderungen ist uns ein wichtiges Anliegen. Beim Anteil schwerbehinderter Beschäftigter liegen wir in Deutschland mit einem Anteil von 6,7 Prozent deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent. Im Berichtsjahr haben wir rund 1 300 Maßnahmen zur behindertengerechten Einrichtung von Arbeitsplätzen ergriffen und unsere Vermittlungsanstrengungen von Menschen mit schweren Behinderungen im Projekt „Fairplay“ verstärkt.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Fortführung und Ausbau des Programms „work-life@telekom“	Umsetzung läuft. • Dauerhafte Integration in Unternehmens- und Führungskultur durch innovative Policies, z. B. Nutzung Mobile Device und Förderung Teilzeit • Implementierung des neuen Elternzeitprozesses „Stay in contact“ • Beratungs- und Unterstützungsleistungen für die Mitarbeiter durch den Eltern- und SeniorenService der Arbeiterwohlfahrt • Ausbau betrieblich geförderter Kinderbetreuungsangebote um 240 Plätze bis 2012 • Implementierung eines internationalen Jugendaustauschprogramms
Frauenquote für mittlere und obere Führungspositionen als erstes DAX-30-Unternehmen	Umsetzung läuft. • Gezielte Quotierungen entlang der Talentpipeline • Schaffung von nötigen Rahmenbedingungen durch „work-life@telekom“, z. B. durch Policies zur Teilzeit oder Ausbau der Work-Care-Angebote wie z. B. Kindertagesstätten

CR-Programm 2010/2011

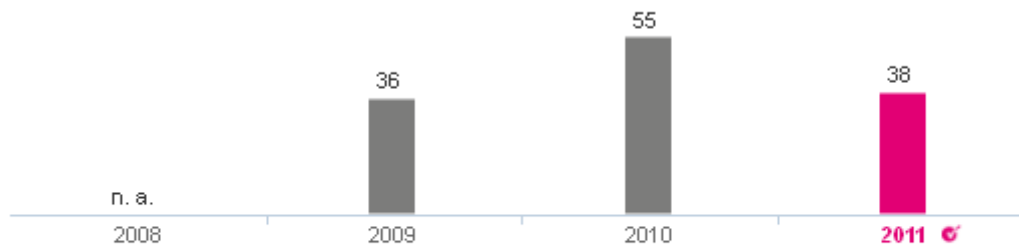
Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Lieferanten.

CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“.

Der Wert des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ ist gegenüber dem Vorjahr von 55 auf 38 Prozent gesunken. Dies resultiert aus einem deutlichen Rückgang des Einkaufsvolumens bei durch E-TASC beziehungsweise durch Audits abgedeckten Lieferanten.

CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ Deutsche Telekom Konzern.



■ Anteil auditiertes und/oder via E-TASC abgedecktes Gesamtbeschaffungsvolumen. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführter Social Audits bei „1st Tier“ Lieferanten.

✓ Daten durch PwC geprüft. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

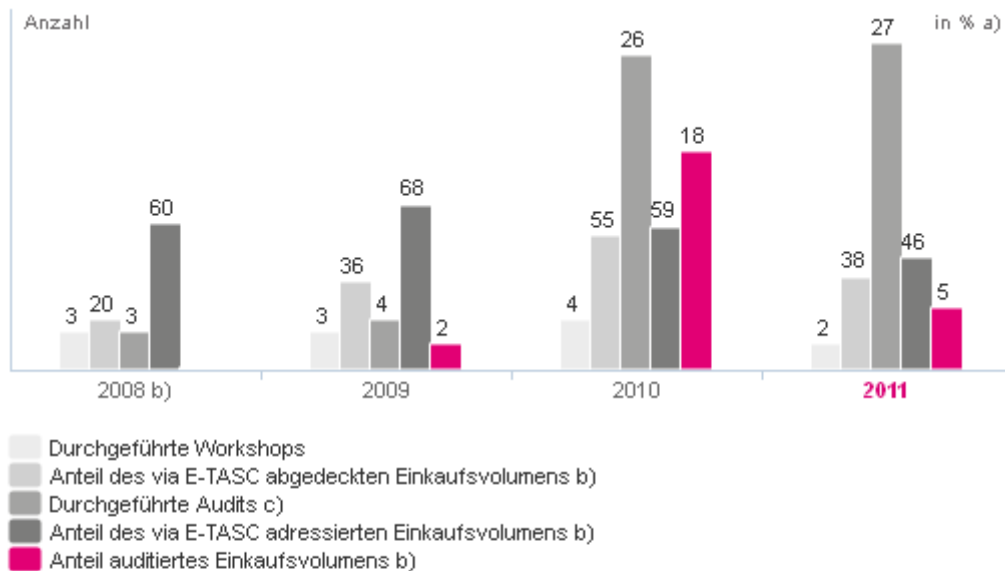
Insgesamt ist die Anzahl der auditierten Lieferanten gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben. Das Bestellvolumen bei bereits im Vorjahr relevanten Lieferanten ging jedoch zum Teil zurück, teilweise sind auch Lieferanten mit geringerem Bestellvolumen in E-TASC erfasst als im Vorjahr. Ein Rückgang des Gesamteinkaufsvolumens der Deutschen Telekom um 12 Prozent mildert jedoch den Effekt beim Rückgang des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ ab.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe des CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren HR 1 (Menschenrechte), HR 2 (Zulieferer und Menschenrechte) und HR 10 (Impact-Assessments) vollständig abgedeckt. Mit der Angabe decken wir die EFFAS-Kennzahl V28-04 (Supply Chain) ab. Sie ist weiterhin relevant für die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette), 6 (Regeln und Prozesse) und 7 (Leistungsindikatoren) sowie 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).

Lieferantenbeziehungen.

Der Anteil des durch das Brancheninformations-Tool E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) abgedeckten Einkaufsvolumens sank sehr deutlich von 55 Prozent im Vorjahr auf 38 Prozent im Jahr 2011. Gleichzeitig sank auch der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens gegenüber dem Vorjahr von 18 Prozent auf 5 Prozent.



a) Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB).

b) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführter Social Audits ausschließlich bei "1st Tier" Lieferanten. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

c) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung intern und extern durchgeführter Social Audits (sowohl im Rahmen von Deutsche Telekom als auch durch JAC - Joint Audit Cooperation). Audits umfassen auch Follow-up Audits.

Der Rückgang resultiert aus einer deutlichen Verringerung des Einkaufsvolumens der durch E-TASC beziehungsweise durch Audits abgedeckten Lieferanten. Die Anzahl der erfassten beziehungsweise auditierten Lieferanten ist hingegen stabil geblieben. Teilweise ist jedoch das Volumen der Einkäufe bei den bereits im Vorjahr relevanten Lieferanten zurückgegangen, zum Teil sind auch andere Lieferanten mit geringerem Bestellvolumen in E-TASC erfasst als im Vorjahr. Deswegen sind die Werte mit den Vorjahreswerten nur bedingt vergleichbar. Wie in den Vorjahren wurden Workshops mit Top-Lieferanten durchgeführt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe des CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren HR 1 (Menschenrechte), HR 2 (Zulieferer und Menschenrechte) und HR 10 (Impact-Assessments) vollständig abgedeckt. Zudem entsprechen wir dem Kriterium 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für die EFFAS-Kennzahl (V28-04) sowie die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette) und 6 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).

Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf.

Im Rahmen ihrer CR-Strategie arbeitet die Telekom darauf hin, auch im Beschaffungs- und Lieferantenmanagement als verantwortungsvolles Unternehmen in ihrer Branche führend zu werden. Dass wir uns diesem Ziel bereits erfolgreich nähern, belegt auch in diesem Jahr unser gutes Abschneiden in renommierten Nachhaltigkeitsrankings.

Im Vergleich zu unseren Wettbewerbern nehmen wir bezüglich des nachhaltigen Managements unserer Lieferkette eine führende Position ein. Diese wollen wir zukünftig festigen und weiter ausbauen. Basis hierfür ist die strategische Verankerung des Themas Nachhaltigkeit im Einkauf.

Nachhaltigkeit im Einkauf der Deutschen Telekom. Methoden, Tools und Stakeholder .

Tools und
Methoden zur
Umsetzung der
Nachhaltigkeit
im Einkauf

Lieferantenmanagement

- [Präqualifikationsfragebogen](#)
- [Lieferantenauswahlprozess](#)
- [Lieferantenbewertung](#)
- [Lieferanten-Workshops](#)

Risikomanagement

- [E-TASC](#)
- [Social Audits](#)
- [Kompetenzaufbau bei Lieferanten](#)
- [Eskalationsprozess](#)

Kommunikation & Schulung

- [Einkaufsportal](#)
- [Online-Trainingstool](#)
- [Berichterstattung zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [„Stakeholder Dialogue Day“](#)

Vorschriften & Bestimmungen

- [Procurement Practices](#)
- [Allgemeine Einkaufsbedingungen](#)
- [Sozialcharta](#)

▪ Statement on Extractives

Strategie zur Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf

Arbeitsgruppe

„Nachhaltiger Einkauf“

Intern: Entwicklung von Standards, KPIs; interne Kommunikation, zentrale Anlaufstelle und erste Eskalationsstufe

Extern: externe Kommunikation, Dialogrunden mit Lieferanten, NGOs, Investoren, Wissenschaft

Stakeholder ⁱ

Intern: Beschäftigte, Einkäufer, andere Arbeitsgruppen (Climate Change Group, „Nachhaltige Produkte“ etc.)

Extern: Lieferanten, nachhaltigkeitsorientierte Anleger

Beschaffungsvolumen und Beschaffungsregionen.

In mehr als 50 Ländern unterhalten wir Lieferantenbeziehungen. Aus Schwellen- und Entwicklungsländern bezogen wir im Jahr 2011 Waren und Dienstleistungen im Wert von insgesamt rund 2 Milliarden Euro. Das entspricht etwa 11 Prozent des gesamten Beschaffungsvolumens der Telekom. Im Jahr zuvor stammten hingegen rund 1,9 Prozent des Beschaffungsvolumens der Telekom aus Schwellen- und Entwicklungsländern – Waren im Wert von 398 Millionen Euro. Die Steigerung ist vor allem auf eine Erhöhung des Ordervolumens in osteuropäischen Ländern zurückzuführen.

Um die Produktionsbedingungen in diesen Ländern den Umwelt- und Sozialanforderungen der Telekom anzupassen, ist die Zusammenarbeit mit den Stakeholdern vor Ort von entscheidender Bedeutung. Gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern sehen wir es als unsere Pflicht an, soziale und ökologische Mindeststandards sicherzustellen.

CR-Bericht des Vorjahres

CR KPI Nachhaltiger Einkauf.

Mit dem CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“, der Kennzahl für nachhaltige Beschaffung, ermitteln wir auf Konzernebene den Anteil am Gesamtbeschaffungsvolumen, den wir von Lieferanten beziehen, die auditiert sind und/oder uns Selbstauskunft via E-TASC erteilen. Seit Anfang 2011 ist der CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ konzernübergreifend gültig. Der KPI wird auf zentraler Unternehmensebene erhoben und gesteuert. Der auf diese Weise geprüfte Anteil betrug im Berichtszeitraum konzernweit 38 Prozent.

Eine detaillierte Beschreibung der CR KPI findet sich im Kapitel Strategie & Management.

Einkaufsgemeinschaft mit France Télécom-Orange gegründet.

Die Partner Deutsche Telekom und France Télécom-Orange haben ihre Beschaffungsaktivitäten in den Bereichen Endgeräte und Mobilfunknetze sowie große Teile der Festnetz-Ausrüstung und Service-Plattformen in einem 50:5- Joint Venture zusammengeführt.

Darüber hinaus planen beide Unternehmen Pilotprojekte im Bereich der IT-Infrastruktur und in weiteren Bereichen der IT mit dem Ziel, diese ebenfalls in das Joint Venture einzubringen. Die Einbeziehung weiterer Festnetz-Komponenten muss noch vom Bundeskartellamt geprüft werden. Durch das gemeinsame Joint Venture mit dem Namen BUYIN soll nach drei Jahren durch Einsparungen im Einkauf eine jährliche Run Rate in Höhe von 1,3 Milliarden Euro erzielt werden. Die Deutsche Telekom und France Télécom-Orange haben gemeinsame Nachhaltigkeitsanforderungen für Lieferanten abgestimmt. Basierend darauf wird im Laufe des Jahres 2012 ein gemeinsamer BUYIN Supplier Code of Conduct erstellt.

Organisatorische Verankerung.

Für die Entwicklung von Konzepten und Methoden zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf ist seit 2010 die Abteilung Corporate Procurement Strategy verantwortlich. Bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit steht dem konzernweiten Einkauf weiterhin die Sustainable Procurement Working Group zur Seite. In diesem internationalen Gremium arbeiten Experten aus dem CR-Bereich mit Vertretern aus den wesentlichen Einkaufsbereichen zusammen.

Die konzernweite Implementierung der Strategie zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf wird durch die zunehmende Einbindung des CR-Managernetzwerks im Rahmen der internationalen Implementierung der CR-Strategie vorangetrieben.

Strategie zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf.

Für die Telekom zählen im Einkauf nicht alleine ökonomische Aspekte. Auch ökologische und soziale Kriterien müssen beachtet werden. Dies ist in der 2007 konzernweit verabschiedeten und 2010 überarbeiteten Strategie zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf, der sogenannten Sustainable Procurement Strategy, festgeschrieben. An dieser Strategie werden alle Richtlinien und Prozesse ausgerichtet, die der Verbesserung von Nachhaltigkeit in der Lieferkette dienen. So wird beispielsweise der gesamte Lebenszyklus von Produkten und Diensten hinsichtlich potenzieller Umweltauswirkungen in die Beschaffungsentscheidung einbezogen. In der Strategie bekennt sich die Telekom auch zu ihrer sozialen Verantwortung, beispielsweise bezüglich einer gerechten Bezahlung und der Einhaltung grundsätzlicher Menschenrechte.

Richtlinien für eine nachhaltige Lieferkette.

Eine maßgebliche Rolle innerhalb der verschiedenen Regelungen für eine nachhaltige Beschaffung spielt die Konzernrichtlinie „Global Procurement Policy“. Sie wurde im November 2010 für die Deutsche Telekom beschlossen und zwischen März 2011 und Anfang 2012 in zahlreichen Landesgesellschaften ausgerollt: Von 71 nationalen und

internationalen Gesellschaften, die planen, die Richtlinie umzusetzen, haben 59 bis Ende Januar 2012 die Richtlinie durch einen offiziellen Geschäftsführungsbeschluss implementiert. Im weiteren Jahresverlauf setzen wir die Einführung der „Global Procurement Policy“ in den verbleibenden zwölf Landesgesellschaften fort.

Als detailliertes Regelwerk für unsere Einkäufer in Deutschland konkretisieren die „Procurement Practices“ die allgemeinen Vorgaben der „Global Procurement Policy“. Im August 2011 wurden sie in einer vollständig überarbeiteten Fassung veröffentlicht. Neben zahlreichen Erweiterungen und Konkretisierungen, wie beispielsweise den Vorgaben bei der Auswahl neuer Lieferanten, wurde sie auch strukturell besser an die „Global Procurement Policy“ angepasst. Auch in Zukunft soll das Regelwerk fortlaufend an die sich ändernden Gegebenheiten im Einkauf angeglichen werden.

T-Systems Slovakia hat im November 2011 eine eigene Beschaffungsrichtlinie beschlossen, mit deren Hilfe lokale Lieferanten unterstützt werden sollen. Diese Maßnahmen ergänzen die bestehenden, konzernweit gültigen Richtlinien und Vorgaben der Telekom und ermöglichen eine an die lokalen Gegebenheiten angepasste Beschaffungspolitik.

CR-Bericht des Vorjahres

Verpflichtende Normenkataloge.

Die Deutsche Telekom verpflichtet alle ihre Zulieferer, die konzernweit gültigen Regeln des Code of Conduct und die Richtlinien der darin enthaltenen Sozialcharta ^[1] konsequent anzuwenden.

Daneben gilt für alle Lieferantenbeziehungen die Fraud Policy ^[1] zur Korruptionsbekämpfung. Von unseren Lieferanten fordern wir zudem, alle für sie geltenden Standards auch auf die eigenen Zulieferer anzuwenden. In regelmäßigen Social Audits überprüfen wir, ob die Lieferanten die vorgeschriebenen Mindeststandards aus Code of Conduct, Fraud Policy ^[1] und Sozialcharta ^[1] einhalten.

Download ^[1]: [Code of Conduct](#)

Download ^[1]: [Fraud Policy](#)

Download ^[1]: [Sozialcharta](#)

T-Mobile Netherlands hat 2011 die Einhaltung der Sozialcharta ^[1] und die Erfüllung von Umweltkriterien vollständig in ihrem Vertragsmanagementsystem „OneSource“ integriert und damit zur zwingenden Voraussetzung für eine Zusammenarbeit gemacht.

Die Deutsche Telekom hat 2003 ihre Sozialcharta ^[1] verabschiedet. Als integraler Bestandteil des Code of Conduct der Deutschen Telekom beruht sie auf den Werten des UN Global Compact ^[1] sowie auf den Richtlinien der International Labour Organization (ILO) und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen. Darin enthalten sind konzernweit gültige Richtlinien für

- Menschenrechte und Arbeitsbedingungen,
- Umweltschutz,
- Chancengleichheit,

- Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie
- das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung.

Die in der Charta beschriebenen Grundsätze gelten weltweit für alle Organisationseinheiten der Telekom. Mit der Charta, die fester Bestandteil unserer allgemeinen Einkaufsbedingungen ist, verpflichten wir so weit wie möglich alle Lieferanten auf die Einhaltung dieser Grundsätze.

Konzernweite Regeln für die Rohstoffbeschaffung.

Eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung ist in der ICT-Industrie mit großen Herausforderungen verbunden: In Mobil- und Festnetz-Telefonen, Computern und anderen ICT-Produkten sind zahlreiche Metalle verarbeitet. Diese wertvollen Rohstoffe stammen größtenteils aus Schwellen- und Entwicklungsländern, wo sie oftmals unter problematischen Bedingungen gewonnen werden.

Beispielsweise ist das aus Coltan gewonnene Metall Tantal in einer Vielzahl von Produkten enthalten, die von der Telekom vertrieben oder genutzt werden. Weder die Rohstoffe noch die daraus gewonnenen Metalle kaufen wir direkt ein. Dennoch sehen wir uns in der Pflicht, alle mit der Gewinnung verbundenen Schäden an Mensch und Umwelt zu minimieren beziehungsweise langfristig gänzlich zu unterbinden. Im Zuge dieser Bemühungen arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen.

Als Weiterentwicklung beziehungsweise Ergänzung unseres 2005 veröffentlichten „Coltan Statement“ haben wir 2009 ein „Statement on Extractives“^[1] verabschiedet, das die Einhaltung der Mindeststandards der Sozialcharta für die gesamte Lieferkette vorschreibt. Dadurch wollen wir sicherstellen, dass sowohl unsere direkten Lieferanten als auch deren Sublieferanten die mit dem Abbau von Rohstoffen verbundenen sozialen und gesellschaftlichen Risiken minimieren. Von unseren Zulieferern erwarten wir ein klares Bekenntnis zum Deutsche Telekom „Statement on Extractives“^[1].

Darüber hinaus unterstützen wir aktiv die Bemühungen des Branchenverbands Global e-Sustainability Initiative (GeSI). Unter anderem hat sie zum Ziel, die Transparenz in der Rohstoffgewinnung zu erhöhen und die negativen sozialen und ökologischen Auswirkungen des Rohstoffabbaus zu verringern.

Download ^[1]: [Coltan Statement](#)

Download ^[1]: [Statement on Extractives](#)

Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk.

Die Telekom leistet auch im Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN) einen Beitrag zur Verbesserung der sozialen Bedingungen in der Lieferkette. 2011 beteiligte sie sich an ausgewählten Treffen des DGCN und diskutierte mit anderen Unternehmen über das Spannungsfeld „Wirtschaft und Menschenrechte“.

Um effizient überprüfen zu können, ob die vom UN-Sonderbeauftragten John Ruggie aufgestellten „Guiding Principles on Business and Human Rights“ in Unternehmen umgesetzt werden, hat das DGCN ein sogenanntes „Human Rights – Organisational Capacity Assessment“ entwickelt. Dieses Tool stand auch im Zentrum des

von uns als Gastgeber ausgerichteten Treffens des DGCN im Mai 2011. Im Laufe des Jahres 2012 analysieren wir mithilfe des Tools den Umsetzungsstand der Guiding Principles on Business and Human Rights bei der Telekom. Die Ergebnisse sollen eine generelle Einschätzung der Situation auf Unternehmensebene leisten sowie Erkenntnisse zu möglichen Handlungsfeldern beisteuern.

CR-Bericht des Vorjahres

Seit 2008 hat das DGCN drei Schulungen zu Menschenrechten für Unternehmen angeboten. Daraus entwickelte sich eine informelle Arbeitsgruppe zum Thema „Business and Human Rights“, in der elf multinationale Unternehmen die Fortschritte und Herausforderungen beim Schutz der Menschenrechte in der Lieferkette diskutieren. Die Arbeitsgruppe trifft sich mindestens zweimal jährlich. Auch die Telekom leistet mit ihrer Fachkenntnis und anerkannten CR-Leistung auf diesem Gebiet einen wertvollen Beitrag zur Arbeit des DGCN.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Steigerung des Anteils des mithilfe von E-TASC und anderen Risikoevaluierungsinstrumenten überprüften Einkaufsvolumens (erste Lieferebene)	Umsetzung läuft. • Steigerung des überprüften Einkaufsvolumens 2010 durch E-TASC und durchgeführte Lieferantenaudits von 36% (2009) auf 55%. Ziel bis Ende 2011: 70%; Ziel für 2011 nicht erreicht, da das gesamte Ordervolumen zurückgegangen ist. • Die Anzahl der im System erfassten Lieferanten ist stabil, das durch E-TASC abgedeckte Ordervolumen ist gesunken. • Deutliche Steigerung des risikoabgedeckten Einkaufsvolumens via E-TASC im Jahr 2012 geplant • Alle Lieferanten mit Ordervolumen über 100 000 Euro sollen über E-TASC adressiert werden.
Internationalisierung des Sustainable Supply Chain Managements	Ziel erreicht. • Erweiterung „Sustainable Procurement Working Group“ (SPWG) zwecks stärkerer Einbindung von Auslandsgesellschaften im Jahr 2011. T-Mobile Netherlands ist seit 2010 Mitglied der SPWG, und T-Systems China (Einkaufsbüro Shenzhen) seit Ende 2011. • Einbindung und Information der ATGs inklusive T-Mobile USA im Thema „Nachhaltiger Einkauf“ erfolgt in der Zuständigkeit vom strategischen Einkauf (CPR). Die SPWG leistet hier bei Bedarf entsprechenden Support.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Lieferantenauswahl.

Bereits bei der Auswahl ihrer Lieferanten schafft die Telekom die Basis für eine nachhaltige Wertschöpfungskette: Lieferanten und Zulieferer, die an einer Geschäftsbeziehung mit der Telekom interessiert sind, müssen sich zuvor einer Eignungsprüfung, der sogenannten Präqualifikation, unterziehen.

Im Rahmen einer softwaregestützten Abfrage in unserem Lieferantenportal werden auch Informationen über Compliance und die Beachtung von Nachhaltigkeitskriterien gesammelt und im weiteren Auswahlverfahren berücksichtigt.

Höhere Anforderungen an ausgewählte Lieferantengruppen.

Unsere strategischen Lieferanten und Lieferanten aus risikobehafteten Branchen müssen nicht nur die Präqualifikation erfolgreich durchlaufen. Sie werden auch dazu aufgefordert, zusätzliche Informationen zum Thema Nachhaltigkeit über das [Electronics-Tool for Accountable Supply Chains \(E-TASC\)](#) bereitzustellen. Strategische Lieferanten sind Lieferanten, die aufgrund des Umfangs der Lieferbeziehungen, ihrer Marktstellung oder ihres Innovationspotenzials eine wichtige Bedeutung für den Einkauf der Telekom haben.

Zentrales Lieferantenportal gestartet.

2011 konzentrierten wir uns auf die weitere Steigerung von Transparenz und Effizienz bei der Lieferantenauswahl, unter anderem durch das neue [Supplier Management Portal \(SMP\)](#) mit seinem lückenlosen Präqualifikationsprozess inklusive der transparenten Lieferantenselbstauskunft mit bedarfsgerechter Zuweisung von Fragebögen. Mit dem SMP haben wir für unsere Lieferanten ein zentrales Eingangstor zum Einkauf des Konzerns Deutsche Telekom geschaffen.

Nach seinem Start am 17. Januar 2011 wurde das SMP zunächst parallel zum existierenden „Corporate Procurement Portal“ betrieben. Seit dem 4. Juli 2011 werden neue und Bestandslieferanten ausschließlich über das SMP registriert, wodurch ein einheitlicher Kommunikationskanal zwischen der Deutschen Telekom und ihren Geschäftspartnern entstand.

Mit dem neuen Portal können wir den Austausch zwischen Lieferanten und unserem Einkauf noch transparenter und die Geschäftsprozesse nachhaltiger gestalten. Unter anderem erfolgen Dokumentenfluss und Informationsaustausch in Bezug auf die Bestell- und Rechnungsabwicklung von Material und Dienstleistungen nun elektronisch und somit papierlos. Durch eine Vereinfachung der Handhabung konnten wir gleichzeitig die Datenqualität erhöhen.

Um unsere Lieferanten in ihren täglichen Geschäftsprozessen mit der Deutschen Telekom optimal zu unterstützen und zu entlasten, arbeiten wir weiterhin daran, das SMP benutzerfreundlicher zu gestalten und mit neuen, innovativen Funktionalitäten auszustatten. So sind ab dem dritten Quartal 2012 neue Werkzeuge zur

Lieferantenbewertung vorgesehen. Anschließend möchten wir mit der Umsetzung der Lieferantenakte eine neue Möglichkeit zum transparenten Dokumentenaustausch und -management anbieten.

Optimierung der Präqualifikation.

Auf Basis der überarbeiteten Richtlinien für eine nachhaltige Lieferkette wurde die sogenannte Präqualifikation im Jahr 2011 umfassend optimiert. Die Präqualifikation unterstützt den Einkauf bei der Gestaltung und Ausprägung des Lieferantenportfolios. Die Lieferanten füllen bei diesem Verfahren einen elektronischen Fragebogen aus, die Antworten werden zur Lieferantenbewertung hinzugezogen.

Entscheidende Motive zur Verbesserung der Präqualifikation stellten insbesondere die Verringerung potenzieller, von Lieferanten ausgehender Risiken und die systematische Ausdehnung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen auf die Lieferanten dar. Die optimierte Präqualifikation ermöglicht eine effizientere Lieferantenbewertung und unterstützt damit den Einkauf bei der Auswahl des besten Geschäftspartners. Unter anderem wurden folgende wichtige Optimierungen vorgenommen:

- Komfortabel gestalteter und nutzergeführter Einladungsprozess potentieller Lieferanten zur Präqualifikation
- Risikominimierung durch automatisierte Prüfung gegen Sperrlisten bereits während des Einladungsprozesses
- Einbindung der Prüfkriterien zur Nachhaltigkeit in den Lieferantenfragebogen
- Verwendung der Lieferanteninformationen bei den möglichen Folgeprozessen (Einladung zu Ausschreibungen und Auktionen, Kreditorenstammdaten-Anlage, Purchase-to-Pay-Prozess, Reporting)
- Entlastung der Einkäufer durch softwareunterstützten Prüfprozess

Für das Jahr 2012 sind weitere Verbesserungen geplant:

- Internationalisierung des Verfahrens (mehrsprachige und landesspezifische Ausprägung der Fragen im Lieferantenfragebogen)
- An Warenkategorien angepasste Ausprägung des Prozesses
- Erneute Qualifizierung von Bestandslieferanten möglich
- Bewertung der Antworten nach Punkten und Analyse der Umsatzdaten von Lieferanten im Global Procurement Business Intelligence (GPBI) System
- Grafische Darstellung per Lieferanten-Cockpit: TOP-Informationen zum Lieferanten auf einen Blick

Eignungsprüfungen in Ungarn, Spanien und der Slowakei.

Die ungarische Magyar Telekom hat ihr im Dezember 2010 eingeführtes System zur Präqualifikation der Lieferanten im Berichtszeitraum ausgebaut und weitere Lieferanten bewertet. So fand 2011 eine Bewertung der Nachhaltigkeitsrisiken der Top-38 -Lieferanten auf Basis des GeSI-Fragebogens sowie eine umfangreichere Nachhaltigkeitsbewertung der Top-10-Lieferanten auf Basis der Supplier Scorecard (SSC) statt. Mit dem Ziel, ihre Nachhaltigkeitsleistung zu verbessern, werden die Lieferanten

über ihre Ergebnisse informiert. Im Rahmen der neuen Nachhaltigkeitsstrategie will die Magyar Telekom zudem einen umfassenden Prozess zur Sicherung einer nachhaltigen Lieferkette einführen.

T-Systems Iberia hat im Berichtszeitraum seine Lieferantenauswahl in die globalen Prozesse von T-Systems International integriert, die ebenfalls eine Präqualifikation unter Nachhaltigkeitsgesichtspunkten vorschreibt. Auch die Slovak Telekom hat mit der Überprüfung ihrer 100 wichtigsten Lieferanten hinsichtlich der Einhaltung der CR-Richtlinien begonnen. Im Dezember 2011 und Januar 2012 konnten bereits 40 Unternehmen befragt werden, der Prozess wird im Jahresverlauf weiter fortgeführt. Slovak Telekom beabsichtigt damit die Etablierung von CR- und Nachhaltigkeitskriterien auch bei ihren Zulieferern.

Nachhaltigkeitsaspekte in Ausschreibungsprozessen.

Nachdem wir in den Jahren 2009 und 2010 verschiedene Kriterien zur Nachhaltigkeitsbewertung von Angeboten entwickelt haben, fordern wir deren Einhaltung seit 2011 verstärkt in Ausschreibungen ein. Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeitskriterien bis 2013 systematisch in Ausschreibungsprozessen zu verankern.

Im ersten Schritt haben wir im Berichtszeitraum die Fragebögen und Bewertungssysteme für Ausschreibungsprozesse vereinheitlicht und damit ihre Handhabung für Einkäufer und Lieferanten wesentlich vereinfacht. In den Jahren 2012 und 2013 werden wir zusätzlich produktspezifische Kriterien entwickeln, die ebenfalls fester Bestandteil der Ausschreibungen werden sollen.

Bei Großbestellungen werden bereits seit 2010 Nachhaltigkeitskriterien systematisch im Vergabevermerk berücksichtigt.

CR-Bericht des Vorjahres

Online-CR-Trainingstool für Einkäufer.

In Zusammenarbeit mit der Humboldt-Universität zu Berlin haben wir unser internes Online-Trainingstool zum Thema Corporate Responsibility im Jahr 2010 inhaltlich und methodisch überarbeitet und werden es im zweiten Quartal 2012 einführen. Durch eine Verkürzung der Trainingszeit und eine Reduktion der Inhalte wurde die Anwendung effizienter und benutzerfreundlicher gestaltet. So soll ihre Nutzung im Arbeitsalltag erleichtert werden.

2008 haben wir ein internes Online-Trainingstool zum Thema Corporate Responsibility für unsere Einkäufer eingerichtet. Es soll helfen, Konzepte für den nachhaltigen Einkauf konzernweit zu synchronisieren. Unsere Mitarbeiter werden durch das Tool geschult, Risiken in der Lieferkette zu erkennen. Sie werden mit Instrumenten und Techniken für einen nachhaltigen Einkauf vertraut gemacht und lernen die Vorteile einer Steuerung der Lieferkette kennen. Außerdem erhalten sie Anregungen, wie sie ihre Zulieferer in den Prozess zur Schaffung nachhaltiger Lösungen einbinden können.



Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Online-Training für alle Einkäufer zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen	Umsetzung läuft. • 2010 wurde eine umfassende Anpassung und Überarbeitung des Online-Trainingstools für Einkäufer über einen externen Dienstleister beauftragt. • Abstimmung und Feinjustierung der Inhalte inklusive Pilotbetrieb 2011 • Rollout des neuen Online-Trainingstools für alle Einkäufer geplant im zweiten Quartal 2012
Berücksichtigung von gewichteten Nachhaltigkeitskriterien bei der Auftragsvergabe	Umsetzung erfolgt. • 2010 bei acht Ausschreibungen unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien erprobt • Die Ergebnisse aus den Piloten sind ein überarbeiteter Standardfragebogen für Lieferanten und ein einheitliches Scoring, das sich an der Scoring-Logik für E-TASC orientiert. • Der Fragebogen kann sowohl zur Präqualifikation als auch zur Lieferantenauswahl genutzt werden, zum Beispiel wenn keine Präqualifikation erforderlich ist. • Etablierung im Standardprozess 2011 über SMP ist erfolgt, allerdings ist das Scoring systemtechnisch zurzeit noch nicht umgesetzt. Dieser Schritt ist für 2012 geplant. • Zurzeit befinden sich etwa 500 ausgefüllte Nachhaltigkeitsfragebögen im SMP.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Lieferantenmanagement.

Einen wesentlichen Bestandteil des Lieferkettenmanagements der Telekom stellen Prozesse und Instrumente zur Bewertung der Lieferanten dar. Diese dienen unter anderem der Identifizierung von ökonomischen Verbesserungspotenzialen sowie der Steuerung von Fortschritten bei den Lieferanten im sozialen und ökologischen Bereich.

Durch ihr systematisches Lieferantenmanagement kann die Telekom mögliche Risiken in der Lieferkette frühzeitig erkennen und auf sie reagieren.

In der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten setzen wir auch im Bereich Nachhaltigkeit auf Dialog. Für die Telekom ist es wichtig herauszufinden, ob ihre Geschäftspartner neue Wege des nachhaltigen Wirtschaftens unterstützen. Nur dann können wir die Lieferkette wirkungsvoll verbessern. Neben den Lieferanten als wichtigste externe Stakeholder  des Einkaufs sind auch unsere Kooperationspartner, Institutionen und NGOs, wichtige Unterstützer bei einer nachhaltigen Gestaltung der Lieferkette. Auch in Brancheninitiativen wie der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) oder der Joint Audit Cooperation setzen wir uns für eine Verbesserung der ethischen, sozialen und ökologischen Standards ein.

E-TASC weiterentwickelt.

E-TASC – Electronics-Tool for Accountable Supply Chains – ist ein branchenweit eingesetztes Online-Informationssystem zur Quantifizierung der nachhaltigkeitsbezogenen Risiken von Lieferanten. Als Mitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) hat die Telekom dieses System federführend mitentwickelt und engagiert sich auch an der Weiterentwicklung.

2011 haben wir aktiv an der Entwicklung der Version 2.0 des Informationssystems mitgewirkt. In diesem Zuge wurden der E-TASC-Fragebogen erneuert und das sogenannte Supplier Risk Assessment überarbeitet. Schließlich wurden auch Design und Nutzerfreundlichkeit des Systems verbessert. 2012 soll eine „Supplier and Facility Comparison“ ergänzt werden, die den Vergleich der registrierten Lieferanten untereinander ermöglicht. Des Weiteren ist die Aufnahme neuer Fragen zu den Themengebieten Korruptionsbekämpfung und Rohstoffe aus Krisengebieten geplant. Außerdem wird das System um ein Korrekturmaßnahmen- und ein Auditergebnismanagement erweitert.

Das branchenweit genutzte Online-Informationssystem E-TASC – Electronics-Tool for Accountable Supply Chains – ermöglicht uns, bestehende oder mögliche CR-Risiken in der Lieferkette in einem frühen Stadium zu erkennen und entsprechend darauf zu reagieren.

Mithilfe des Systems geben die Lieferanten detaillierte Auskünfte über ihre sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen und ihre Managementsysteme. Dabei profitieren

sie ebenfalls von der Nutzung des branchenübergreifenden Systems, da sie ihren CR-Status damit auch gegenüber anderen Geschäftspartnern und der kritischen Öffentlichkeit ausweisen können.

Sollte ein Lieferant nicht in der Lage sein, die gewünschten Informationen offenzulegen, beginnt ein mehrstufiger interner Prozess mit dem Ziel, ihn zur Teilnahme zu befähigen. In vielen Fällen genügen dafür bereits wenige Gespräche. Bei Unstimmigkeiten greifen mehrere Eskalationsstufen.

Nutzung von E-TASC bei der Telekom.

Strategisch wichtige Lieferanten untersuchen wir besonders intensiv auf mögliche Nachhaltigkeitsrisiken. Sie werden deshalb bereits im Auswahlprozess zur Teilnahme an E-TASC aufgefordert.

Von Januar bis Dezember 2011 wurden 33 zusätzliche Lieferanten aufgefordert, Auskunft in E-TASC zu erteilen. 18 von ihnen kamen dieser Aufforderung bis Ende des Jahres nach. Dennoch ist der Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferanten, über die Informationen in E-TASC verfügbar sind, von 55 Prozent auf 38 Prozent gesunken. Dieser Rückgang um 17 Prozentpunkte spiegelt sich in etwa auch im Rückgang des Ordervolumens um circa 12 Prozent wider. Die Anzahl der im System erfassten Lieferanten ist stabil, der Rückgang des durch E-TASC abgedeckten Ordervolumens ist sowohl auf Sparmaßnahmen als auch auf eine veränderte Zusammensetzung der Lieferanten im E-TASC-System zurückzuführen.

Supplier Scorecard für strategische Lieferanten.

Neben dem branchenweit genutzten Tool E-TASC ist unsere Supplier Scorecard (SSC) ein weiteres Element zur Bewertung ausgewählter Lieferanten. Die SSC wird halbjährlich erstellt. Sie bietet neben der Evaluation von Finanzkennzahlen auch einen konzernweiten Überblick hinsichtlich der Performance unserer strategischen Lieferanten zu Nachhaltigkeitsaspekten.

CR-Bericht des Vorjahres

Lieferanten-Workshops für eine nachhaltigere Lieferkette.

Um Nachhaltigkeitsaspekte noch stärker in die Lieferkette zu integrieren, organisiert die Telekom Deutschland Arbeitstreffen mit wichtigen Lieferanten.

Im Berichtszeitraum führten wir zwei Nachhaltigkeits-Workshops zum Thema CO₂-Management in der Lieferkette durch. Gemeinsam arbeiteten wir an einer Methode, mit der wir die CO₂-Emissionen unserer Lieferanten und ihrer Vorlieferanten möglichst exakt in unsere CO₂-Bilanzierung einrechnen können. Eine besondere Herausforderung stellte es dar, die notwendige Vertraulichkeit innerhalb des Prozesses zu sichern. Das betrifft insbesondere die Vertraulichkeit unserer Lieferanten gegenüber ihren Zulieferern. Nach der Abstimmung des Verfahrens zur Ermittlung unserer CO₂-Emissionen aus der Lieferkette mit unseren strategischen Lieferanten wollen wir in einem nächsten Schritt verbindliche Zielvereinbarungen zur Reduktion der Treibhausgasemissionen treffen.

Ursprünglich sollte das Projekt bereits 2010 abgeschlossen sein, was sich jedoch

aufgrund von Verzögerungen in den internationalen Standardisierungsprozessen nicht realisieren ließ. Mit der Verabschiedung des neuen GHG Protocol zum Accounting von Scope-3-Emissionen im Oktober 2011 wurde nun jedoch die Grundlage für eine umfängliche Erfassung von Scope-3-Emissionen geschaffen. Damit können wir unser entsprechendes Teilprojekt entscheidend vorantreiben und planen, es noch 2012 erfolgreich zu beenden. Darüber hinaus erarbeiten wir ein Verfahren zur Kalkulation der CO₂-Emissionen in der Nutzungsphase bei unseren Kunden.

Wir beteiligen uns aktiv an der Erarbeitung einer Branchenergänzung zum GHG Protocol für den ICT-Sektor. Hiermit treiben wir die branchenspezifische Konkretisierung der Vorgaben zur Erfassung und Veröffentlichung von Treibhausgasemissionen in der ICT-Branche voran.

CR-Bericht des Vorjahres

„Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day“.

Am 10. und 11. November 2011 fand der mittlerweile vierte „Sustainable Procurement Stakeholder  Dialogue Day" im chinesischen Shenzhen und damit erstmals in China statt. Für die Telekom war dies die erste Dialogveranstaltung außerhalb Europas und für China die erste Veranstaltung dieser Art überhaupt.

Mit der Entscheidung, die Dialogveranstaltung in China abzuhalten, trugen wir der wichtigen Rolle des chinesischen Markts in unserer globalen Wertschöpfungskette Rechnung und konnten gleichzeitig wertvolle Erkenntnisse über lokale Rahmenbedingungen und Erwartungen gewinnen.

Insgesamt 97 Teilnehmer – darunter Mitarbeiter der Telekom, Lieferanten aus China sowie Vertreter von Regierungen, NGOs und wissenschaftlichen Instituten – tauschten sich im Rahmen der Veranstaltung über verschiedene Aspekte einer nachhaltigen Beschaffung im ICT-Sektor aus. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie die Zusammenarbeit der verschiedenen Stakeholder  verbessert werden kann, um etablierte ökologische und soziale Standards einzuhalten. Insbesondere konnten wir die Bedeutung von CR für unseren Geschäftserfolg und die daraus resultierenden Anforderungen an unsere Lieferanten transparent darstellen und so Hilfestellung bieten, diese künftig besser umzusetzen.

Die identifizierten Probleme in der globalen Lieferkette im Bereich Arbeitszeiten, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie faire Bezahlung, aber auch Herausforderungen, wie der Schutz natürlicher Ressourcen und Klimawandel, können nur im Schulterschluss zwischen Unternehmen und ihren Lieferanten gelöst werden. Die Einhaltung von ökologischen und sozialen Standards in der globalen Lieferkette ist ein elementarer Baustein unseres CR-Risikomanagements. Dazu bedarf es der Schaffung von mehr Transparenz in der gesamten Lieferkette, die heute noch unzureichend ist. Wir werden künftig auf diesem Gebiet eine stärkere Kooperation von unseren Lieferanten einfordern.

CR-Bericht des Vorjahres

Forschungsprojekt „Sustainable Sourcing Excellence“.

Im Berichtszeitraum konnten wir im Rahmen des Forschungsprojekts „Sustainable Sourcing Excellence“ erste Ergebnisse erzielen. Insgesamt ist die Telekom an drei der fünf Arbeitspakete beteiligt:

- Entwicklung eines Verfahrens zur Messung der Umweltauswirkungen der Einkaufs- und Beschaffungslogistik. Hierzu wurden unter anderem eine Analyse der Anforderungen an ganzheitliche Messmethoden durchgeführt und die bisherigen Vorgehensweisen der Industriepartner untersucht.
- Ausarbeitung eines international verbindlichen Handlungsleitfadens für den Einkauf und die Beschaffungslogistik. Eine erste Arbeitsversion des sogenannten Sourcing Governance Code wurde im dritten Quartal 2011 fertiggestellt.
- Erstellung einer Beschaffungsplattform, mit deren Hilfe sich die aufgrund von CO₂-Emissionen in der Einkaufs- und Beschaffungslogistik entstehenden Kosten errechnen lassen, um diese zu einem quantitativen Faktor bei Einkaufsentscheidungen zu machen. Daran anknüpfend werden CO₂-Vermeidungsstrategien erarbeitet. Im Rahmen dieses Arbeitspakets wurden unter anderem bestehende Beschaffungsplattformen analysiert und Anforderungen von Industriepartnern in einem Lastenheft zusammengestellt.

Neben diesem Forschungsprojekt hat die Telekom gemeinsam mit der EBS Universität für Wirtschaft und Recht ein weiteres Forschungsprojekt mit dem Titel „Sustainability & TCO“ initiiert. Es soll ermöglichen, die mit Nachhaltigkeitsaktivitäten verbundenen Kosten und Einsparungen zu quantifizieren und zu bewerten. Damit wollen wir unseren Einkäufern ein effektives Werkzeug für die preisbasierte Bewertung von Nachhaltigkeitseffekten an die Hand geben.

Im Oktober 2011 starteten wir erste Pilotprojekte zur Erfassung der Kosten durch Nachhaltigkeit. Im Rahmen der Projekte sollen vor allem die Anwendbarkeit der wissenschaftlichen Methode und ihre Akzeptanz durch die Anwender getestet werden. Auf Basis der Ergebnisse erfolgt dann die Entscheidung über eine weitere Anpassung für die systematische Umsetzung.

Seit dem 1. Dezember 2010 beteiligt sich die Abteilung Corporate Procurement – Procurement Excellence & Vendor Management der Telekom im Rahmen des „EffizienzClusters Logistik-Ruhr“ an dem Forschungsprojekt Sustainable Sourcing Excellence der EBS Universität für Wirtschaft und Recht und des Supply Chain Management Institute in Wiesbaden.

Das Verbundprojekt hat folgende Forschungsschwerpunkte:

- Entwicklung eines Verfahrens zur ganzheitlichen Messung der Umwelteinwirkungen von Einkauf und Beschaffungslogistik
- Erstellung eines Sourcing Governance Code
- Erstellung eines Leitfadens über Nachhaltigkeit für Einkauf und Beschaffungslogistik
- Aufbau einer CO₂-effizienten Sourcing-Plattform
- Entwicklung eines IT-basierten Nachhaltigkeits-Risikomanagementsystems für Einkauf und Beschaffungslogistik

Die Telekom beteiligt sich vorerst für zwei Jahre an dem vom Bundesministerium für

Magyar Telekom zeichnet engagierte Handelspartner aus.

Im Juni 2011 verlieh die ungarische Landesgesellschaft Magyar Telekom zum vierten Mal den „DELFIN Award“ an Lieferanten, die sich besonders erfolgreich im Bereich Nachhaltigkeit engagieren. Der 2008 erstmals verliehene Preis soll die Idee einer nachhaltigen Entwicklung fördern und Fortschritte auf diesem Weg würdigen. Die Preisträger sollen sich in den folgenden vier Kategorien durch außergewöhnliche Leistungen auszeichnen:

Förderung von Chancengleichheit und Antidiskriminierung im Unternehmen und außerhalb
Nachhaltige Innovationen
Bildung und Sensibilisierung zum Thema Nachhaltigkeit
Investitionen und Entwicklung beim Klimaschutz

CR-Bericht des Vorjahres

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Weiterentwicklung von Lieferanten durch Abgleich und Sensibilisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen der Telekom in dezidierten Dialogrunden oder Workshops jährlich	Ziel erreicht. • „Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day“ 2010 • Internationaler CR Stakeholder Dialogue Day in China am 10. und 11. Nov 2011 durchgeführt • 2009 und 2010 wurden jeweils vier Workshops mit Lieferanten zu Nachhaltigkeitsthemen abgehalten. • Zwei Workshops mit ausgewählten Lieferanten fanden 2011 zum Thema Carbon Management Supply Chain statt.

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Social Audits.

Im Jahr 2011 haben wir unsere Social-Audit-Aktivitäten fortgeführt und weiter ausgebaut. Überprüft werden grundsätzlich Bereiche, in denen die Telekom das meiste Einkaufsvolumen generiert und die das größte Risikopotenzial bergen. Erkenntnisse, die wir im Verlauf des Berichtszeitraums gewinnen konnten, veranlassten uns zu der Entscheidung, neben unseren direkten Lieferanten auch deren Lieferanten zu auditieren. Gleichzeitig gelang es uns, die Effizienz der Social-Audit-Prozesse in der Joint Audit  Cooperation (JAC) weiter zu erhöhen.

27 Social Audits im Jahr 2011.

2011 wurden im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) 15 unserer Lieferanten und Sublieferanten überprüft. Darüber hinaus haben wir zwölf weitere Social Audits durch externe Auditoren durchführen lassen. Mit diesem effizienten und umfassenden Auditsystem schaffen wir mehr Transparenz in unserer Lieferkette und minimieren Risiken.

Mit dieser Anzahl konnten wir unsere guten Ergebnisse im Bereich Lieferkette in wichtigen Nachhaltigkeitsratings halten und uns im renommierten SAM-Rating mit 94 von 100 Punkten im Vergleich zum Vorjahr (90 Punkte) sogar leicht verbessern. Damit erhielt die Telekom 2011 im Bereich Supply Chain Management die beste Bewertung aller Unternehmen im Sektor „Mobilfunk“.

Auch einige der Landesgesellschaften führen Audits durch. So ließ T-HT Hrvatski Telekom in Kroatien im Jahr 2011 fünf Lieferanten, die für Arbeiten an der Netzinfrastruktur zuständig sind, überprüfen. Insgesamt wurden seit 2003 insgesamt 23 Audits im Auftrag von T-HT Hrvatski Telekom durchgeführt.

CR-Bericht des Vorjahres

Zu den wesentlichen Bestandteilen eines Social Audits bei der Telekom gehören

- die generelle Risikobewertung von Lieferanten durch die Telekom,
- eine Bewertung der Lieferantenselbstauskunft durch die Telekom,
- der persönliche Austausch mit den Lieferanten und
- die Überprüfung vor Ort.

Abschließend wird durch den Prüfer ein Auditbericht einschließlich der Auditbewertung verfasst. Anstatt bei Verstößen der Lieferanten die Geschäftsbeziehungen zu beenden, ist es der Telekom ein Anliegen, die Bedingungen bei ihren Zulieferern dauerhaft zu verbessern. Daher werden alle Beanstandungen in einen Korrektur- und Maßnahmenplan aufgenommen und in Abstimmung mit dem Lieferanten innerhalb eines definierten Zeitraums gemeinsam behoben. Der Schwerpunkt unserer Social-Audit-Aktivitäten wird

weiterhin auf Asien liegen. Daneben haben wir auch Zulieferer aus anderen risikobehafteten Regionen im Blick, beispielsweise in Lateinamerika und Osteuropa.

Auditprogramm für 2012.

Zwischen Anfang 2010 und Ende 2011 führten wir auf Konzernebene 53 Audits durch. Diese wurden sowohl von qualifizierten Experten der Deutschen Telekom als auch von externen Auditierungsfirmen durchgeführt. 2011 überprüften wir unser Ziel, im Zeitraum von 2010 bis Ende 2012 bei strategisch wichtigen direkten Lieferanten insgesamt 200 Social Audits durchzuführen.

Um mehr Transparenz in unserer Lieferkette zu schaffen und die Erkenntnisse über mögliche CR-Risiken zu steigern, haben wir entschieden, den Kreis der Auditkandidaten auf nachgelagerte Ebenen der Lieferkette zu erweitern. So konzentrieren wir uns auf die Bereiche, in denen wir das größte Verbesserungspotenzial vermuten. Bis Ende April 2012 werden wir entscheiden, welche Unternehmen überprüft werden sollen, und über unsere direkten Zulieferer mit Audits bei Lieferanten der zweiten und dritten Ebene beginnen. Wir gehen davon aus, dass wir damit auch unser Ziel erreichen werden, bis Ende 2012 insgesamt 200 Lieferanten zu auditieren.

Ergänzend zu den Social Audits führt unser China Office in Shenzhen bei direkten und indirekten Lieferanten sogenannte Supplier Performance Visits durch. Im Jahr 2011 haben fünf solcher Besuche bei Zulieferern stattgefunden. Neben allgemeinen Themen zur Verbesserung der Geschäftsbeziehung wurden auch Nachhaltigkeitsaspekte diskutiert. 2012 wollen wir die „Supplier Performance Visits“ effektiver gestalten und mithilfe einer spezifischen Checkliste verschiedene Unternehmensbereiche systematischer analysieren. Nachhaltigkeit ist dabei eines der zentralen Themen. Zeigen sich bei einem dieser Besuche kritische Aspekte, werden uns diese umgehend gemeldet. Der betreffende Lieferant wird auf diese Weise zu einem potenziellen Kandidaten für ein Social Audit ^[1].

Zukünftig wollen wir die „Supplier Performance Visits“ intensivieren und die Überprüfung der Nachhaltigkeitsleistung von bestehenden und potenziellen Lieferanten zum festen Bestandteil unserer Audits zum Qualitätsmanagement bei Zulieferern im Bereich Netzinfrastruktur machen.

Auditkooperation in der Telekommunikationsbranche.

Der Fokus der Aktivitäten im Rahmen der Joint Audit ^[1] Cooperation (JAC) lag 2011 auf der Erweiterung des Kooperationsnetzwerks. Zudem wurden anhand der gesammelten Erfahrungen der bisherigen Audits eine Feinjustierung der Überprüfungsparameter sowie eine Anpassung des Auditfragenkatalogs vorgenommen. Somit wurden in 2011 nur 15 statt wie geplant 16 Audits im Rahmen der JAC durchgeführt. Diese waren in der Mehrzahl Folgeaudits zur Überprüfung der eingeleiteten Korrekturmaßnahmen bei bereits auditierten Lieferanten.

Mitgliederzuwachs und neue Kooperationen.

2011 traten mit Belgacom, KPN, Swisscom und Vodafone vier weitere Telekommunikationsunternehmen der JAC bei. Die Effizienz der Social-Audit-Prozesse

wird hierdurch wesentlich erhöht.

Für die Zukunft ist eine über die Social Audits hinausgehende Erweiterung der Kooperation geplant. So sollen beispielsweise auch Synergien mit anderen Organisationen wie der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) genutzt werden.

Treffen zur Bestandsaufnahme und weiteren Planung.

Die Joint Audit  Cooperation (JAC) veranstaltet zweimal jährlich ein Treffen ihres Steuerungskomitees unter Beteiligung hoher Repräsentanten der JAC-Mitgliedsunternehmen. Das erste dieser Treffen im Jahr 2012 fand am 11. Januar im chinesischen Shenzhen statt. Auf der Agenda standen die Bestandsaufnahme und Diskussion der Auditaktivitäten 2011 sowie die Abstimmung weiterer Aktivitäten für das Jahr 2012. Ein zentrales Thema war außerdem die Integration neuer Mitglieder als entscheidender Faktor für die Umsetzung höherer Nachhaltigkeitsstandards in der gesamten Lieferkette. Weiterhin wurde die Ausweitung der JAC auf nicht-europäische Telekommunikationsanbieter diskutiert. Das nächste Treffen des Steuerungskomitees ist für Ende Juni 2012 in den Niederlanden geplant.

Am 12. Januar 2012 veranstaltete die JAC ebenfalls in Shenzhen ihr International Corporate Social Responsibility Forum unter dem Motto „Cooperation Beyond Competition“. Mehr als 150 Vertreter von Lieferanten, NGOs, der Presse und von ICT-Unternehmen sowie Nachhaltigkeitsexperten nahmen daran teil. Einigkeit bestand unter den Teilnehmern über die Notwendigkeit, die jeweiligen Lieferketten durch eine verstärkte Zusammenarbeit transparenter zu gestalten. Dieses ist unbedingt erforderlich, um insbesondere die nachgelagerten Lieferebenen einer umfassenden Risikoanalyse zu unterziehen und dadurch adäquate sowie zeitnahe Verbesserungen zu erwirken. Die JAC-Mitglieder sicherten den Lieferanten und Sublieferanten ihre Unterstützung für Verbesserungsmaßnahmen zu.

Im Rahmen einer branchenweit einzigartigen Kooperation bekannte sich die Telekom im Dezember 2009 mit ihren Wettbewerbern France Télécom-Orange und Telecom Italia zu einem gemeinsamen Vorgehen, um ihre Lieferketten in Asien nachhaltiger zu gestalten. Diese Absichtserklärung mündete im Oktober 2010 in einer Initiative, der Joint Audit  Cooperation (JAC).

Die JAC legt eine Strategie fest, nach der die beteiligten Unternehmen ihre gemeinsamen Lieferanten weltweit nach einheitlichen Kriterien auditieren. Daneben setzen sich die Kooperationspartner für die Etablierung von sozialen, ethischen und umweltrelevanten Standards bei den Lieferanten ein. Entsprechende Prozesse sind dabei an den internationalen Sozial- und Umweltstandards SA 8000 und ISO 14001  ausgerichtet. Die Audits werden von international renommierten Prüfungsgesellschaften durchgeführt.

Durch die JAC wird die Effizienz der Social-Audit-Prozesse gesteigert, da bei gemeinsamen Zulieferern nur ein Audit  durchgeführt wird. Die Ergebnisse werden anschließend untereinander ausgetauscht.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Erhöhung der Anzahl der durchgeführten Lieferantenaudits (Risk Verifications)	Umsetzung läuft. • 4 Audits im Jahr 2009 (Ziel erreicht) • 26 Audits im Jahr 2010 (Ziel erreicht) • 27 Audits im Jahr 2011 von 80 geplanten (Ziel nicht erreicht) • Erweiterung der Audit  Roadmap auf indirekte Lieferanten für 2012 geplant, um mehr Transparenz über CR-Risiken in der Lieferkette zu erhalten. Identifizierung geeigneter Auditkandidaten bis Ende März 2012. Zielsetzung, 200 Audits im Zeitraum 2010 bis Ende 2012 durchzuführen, bleibt erhalten

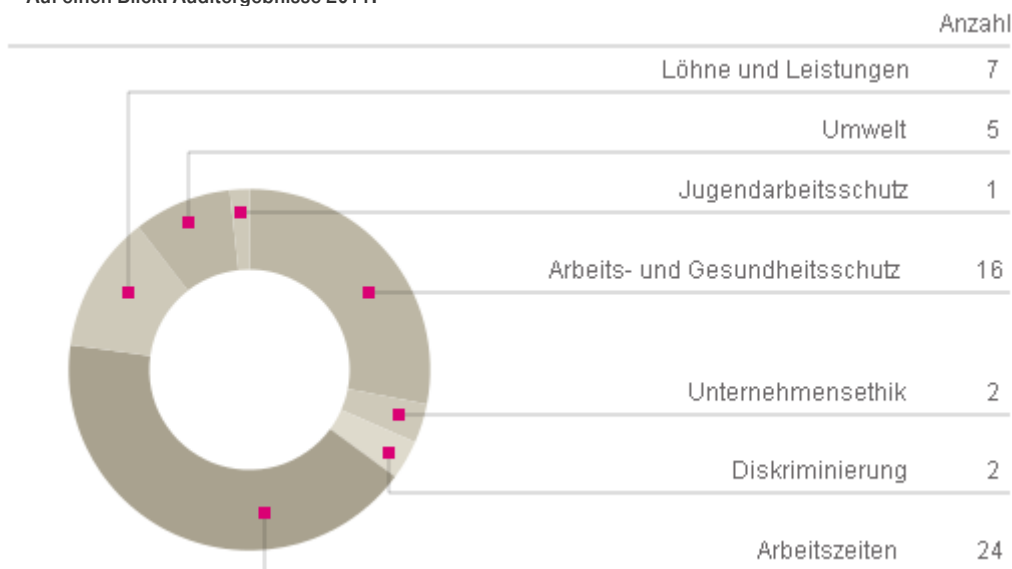
CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Auditergebnisse 2011.

Im Jahr 2011 wurden über das auf Konzernebene aufgesetzte und gesteuerte Auditierungsprogramm insgesamt 27 Social Audits bei direkten und indirekten Zulieferern der Deutschen Telekom durchgeführt. Dabei konzentrierten wir unsere Social-Audit-Aktivitäten insbesondere auf Lieferanten in Asien. Aber auch in Lateinamerika und Osteuropa fanden Social Audits statt. T-HT Hrvatski Telekom führte im Jahr 2011 zusätzlich fünf Social Audits bei Lieferanten durch. Deren Ergebnisse wurden in der folgenden Auflistung nicht berücksichtigt.

Auf einen Blick: Auditergebnisse 2011.



Ergebnisse und Verbesserungsmaßnahmen.

2011 wurden insgesamt 27 Audits von externen Auditoren und internen Auditoren durchgeführt. 15 dieser Audits fanden im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) statt. Zu den auditierten Lieferanten gehörten Produzenten aus den Bereichen Netzinfrastruktur, Endgeräte für Festnetz und Mobilfunk, Bürobedarf und Dienstkleidung.

Dabei konnten wir keine Korruptionsvorfälle entdecken. Wesentliche Schwachstellen und erhebliche Verbesserungspotenziale weisen hingegen vor allem folgende Bereiche auf:

- Arbeitszeiten
- Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Faire Bezahlung

Die Feststellungen wurden zum Teil von externen Dritten ermittelt, beispielsweise durch die JAC. Insgesamt wurden in 57 Fällen Verstöße gegen Lieferantenanforderungen der Telekom aufgedeckt, von denen 16 als kritisch einzustufen sind. Auf Basis der Feststellungen wurden unmittelbar Maßnahmen eingeführt, um die Bedingungen vor Ort

zu verbessern.

CR-Bericht des Vorjahres

Arbeit und Ethik.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Arbeitszeiten	• Erhebliche Anzahl an Überstunden wurde festgestellt. • Arbeiter einer Produktionsstätte wurden an 20 aufeinanderfolgenden Arbeitstagen eingesetzt.	• Ein mit den SA 8000-Anforderungen übereinstimmendes System zur automatischen Arbeitszeiterfassung und zur Information der Geschäftsleitung wurde eingeführt. • Ein arbeitsfreier Tag nach sieben Arbeitstagen wurde festgelegt.
Löhne und Leistungen	• Gastarbeiter erhielten andere Löhne als einheimische Arbeiter. • Überstunden wurden nicht nach den gesetzlichen Vorgaben bezahlt.	• Gleiche Bezahlung für einheimische und eingewanderte Arbeiter wurde festgelegt. • Bezahlung der gesetzlichen Mindestlöhne für reguläre Tätigkeiten und Überstunden wurde eingeführt.
Kinderarbeit	• Jugendliche arbeiteten in der Nachtschicht.	• Jugendliche werden nur noch in Positionen mit geringer Auslastung eingesetzt und dürfen weder Nachtschichten noch Überstunden machen. • Zur Überprüfung der Einhaltung der vorgeschriebenen Schutzmaßnahmen werden Vorgesetzte regelmäßig kontrolliert und Jugendliche befragt.
Diskriminierung	• Vor Einstellung wurden Schwangerschaftstests durchgeführt.	• Schwangerschaftstests vor der Einstellung werden nicht mehr durchgeführt.

Umwelt, Gesundheit und Sicherheit.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Umwelt	• Zertifiziertes Umweltmanagementsystem im Produktionbetrieb fehlte. • Umweltzertifikate von Zulieferern von Produkten mit erhöhtem Umweltrisiko wurden nicht eingefordert.	• Zertifizierung nach ISO14001 wurde erreicht. • Für Zulieferer von Produkten mit erhöhtem Umweltrisiko wurde eine Umweltzertifizierung verpflichtend eingeführt.
Arbeits- und Gesundheitsschutz	• Fehlende Überprüfung der Risiken am Arbeitsplatz, die zu Unfällen, Verletzungen oder Berufskrankheiten führen können. • Sicherheitsdatenblätter für Chemikalien fehlten. • Es gab weder Informations- noch Schulungsmaßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz.	• Arbeitsprozesse und -plätze werden regelmäßig unter Berücksichtigung der Risikofaktoren erfasst und überprüft. • Sämtliche Sicherheitsdatenblätter für Chemikalien und Gefahrgüter wurden überprüft und erneuert. • Arbeitnehmer werden regelmäßig über Arbeits- und Gesundheitsschutzmaßnahmen unterrichtet.

Unternehmensethik.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Unternehmensethik	• Anforderungen an Sublieferanten zur Einhaltung ökologischer, sozialer und ethischer Standards fehlten.	• Verbindliche Umwelt- und Sozialstandards für Zulieferer wurden eingeführt, inklusive regelmäßiger Überprüfung.

Internationale Zusammenarbeit.

Die Telekom setzt sich seit mehreren Jahren international für die nachhaltige Gestaltung von Lieferantenbeziehungen ein, beispielsweise in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI).

Zudem engagieren wir uns direkt vor Ort in den Ländern unserer Zulieferer. Ein Fokus unserer aktuellen Aktivitäten liegt dabei auf China. Dort sind neben der offiziellen Niederlassung in Beijing die Bereiche Einkauf, Technology und Produktmanagement mit einem Büro in der südchinesischen Stadt Shenzhen vertreten. Als Partner des Projekts „SWITCH-Asia“ engagieren wir uns insbesondere für die Verankerung von Nachhaltigkeit in der chinesischen Elektronikindustrie.

GeSI: Initiative der Telekommunikationsbranche.

Als Gründungsmitglied der GeSI engagiert sich die Telekom seit 2001 für mehr Transparenz in der Lieferkette. Zentrales Anliegen der GeSI ist eine Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen beim Rohstoffabbau.

Seit 2006 hat die Telekom den Vorsitz von GeSI inne und übernahm zudem im April 2011 den Co-Vorsitz in der Supply Chain Working Group. Diese Arbeitsgruppe engagiert sich im Wesentlichen für die Sicherung und Weiterentwicklung von sozialen und ökologischen Mindeststandards in der ICT-Lieferkette. Darüber hinaus setzten wir uns im Berichtszeitraum auch in weiteren GeSI-Arbeitsgruppen aktiv für die Berücksichtigung von CR-Aspekten ein, unter anderem in der

- Climate Change Working Group,
- Energy Efficiency Working Group,
- E-Waste Working Group und
- Extractives Working Group.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Chinas Mittelstand für Nachhaltigkeit sensibilisieren.

Das Projekt „SWITCH-Asia“ verfolgt das Ziel, im Zeitraum von 2010 bis 2012 in den fünf Projektregionen insgesamt 35 Trainings-Workshops durchzuführen und so 500 Unternehmen zu erreichen.

Im Berichtszeitraum war die Telekom in verschiedene Aktivitäten in China eingebunden:

Workshops für kleine und mittlere Unternehmen.

Zwischen April und Juni 2011 wurden im Rahmen des Projekts SWITCH-Asia insgesamt fünf Trainings-Workshops für kleine und mittlere Unternehmen in den Regionen Bohai Basin, Jiangsu, Zhejiang, Shenzhen Industrial Zone und Pearl River Delta durchgeführt.

Nationale Auftaktveranstaltung.

Am 2. September 2011 fand eine eintägige nationale Auftaktveranstaltung zu dem Projekt „SWITCH-Asia“ in Beijing statt. Dabei wurden Ziele, Aktivitäten und erste Erfolge vorgestellt, um das Interesse weiterer Stakeholder  zu wecken und zusätzliche Unterstützung zu generieren. Die Telekom gab im Rahmen der Veranstaltung einen Überblick über nachhaltige Beschaffungsstrategien und erläuterte ihre Unterstützung des Projekts „SWITCH-Asia“. Rund 150 Vertreter hochrangiger chinesischer Behörden und Organisationen sowie von chinesischen und europäischen Unternehmen nahmen an der Veranstaltung teil.

CR-Bericht des Vorjahres

In China unterstützen wir als strategischer Partner das 2009 initiierte und von der EU geförderte Projekt „SWITCH-Asia“. Die Telekom ist dort als alleiniger Vertreter der ICT-Branche aktiv. Ziel des Projekts ist die Aufklärung und Qualifizierung von mehr als 500 kleinen und mittleren Unternehmen aus der Elektronikindustrie zu Themen wie Öko-Effizienz, Arbeitssicherheit und CR.

Klima und Umwelt.



Warum gibt es in der Flotte der Telekom so wenige Fahrzeuge mit alternativen Antrieben?

[Mehr erfahren](#)

Klima & Umwelt.

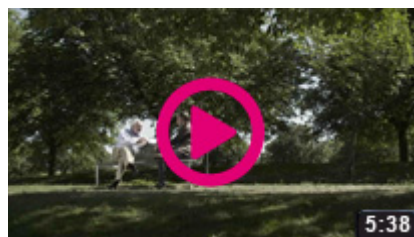
Die ICT-Branche spielt eine Schlüsselrolle bei der Eindämmung des Klimawandels. Dies hat die Deutsche Telekom auch auf der Klimaschutzkonferenz COP 17 der Vereinten Nationen im Dezember 2011 in Durban dargelegt, wobei wir die Notwendigkeit konkreter und verbindlicher Zielsetzungen betont haben.

Deutschland – und damit auch die Telekom – muss hierbei eine Vorreiterrolle übernehmen. Unter dieser Maßgabe entwickeln wir unsere Produkte und Dienste weiter: Mit innovativen ICT-Diensten und -Lösungen ermöglichen wir unseren Kunden umweltfreundlichen Konsum. Zudem treiben wir mit hohen Investitionen den Ausbau einer umwelt- und klimaverträglichen Netzinfrastruktur voran.

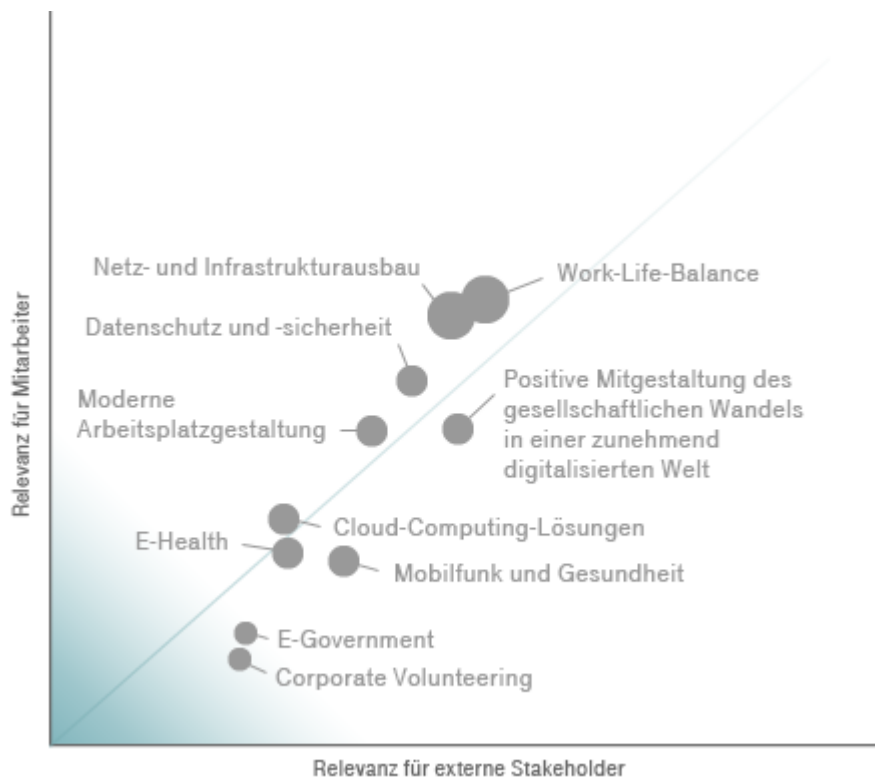
Darüber hinaus sorgen wir mit vielfältigen Maßnahmen dafür, die Umwelt- und Klimaauswirkungen unserer eigenen Geschäftstätigkeit kontinuierlich zu verringern. Unsere Klimaschutzstrategie zielt auf eine deutliche Reduktion der CO₂-Emissionen des Konzerns in Deutschland. Im Berichtszeitraum lag unser Fokus auf der europaweiten Implementierung der Klimaschutzstrategie.

Klimaschutz verlangt ein fundamentales Umdenken in Wirtschaft und Gesellschaft.

Wir glauben heute zu wissen, was wir gegen den Klimawandel zu tun haben. Liegen wir damit richtig oder brauchen wir nicht vielmehr eine größere Vision? Welche Vision hat die Telekom? Welchen messbaren Beitrag leistet sie?



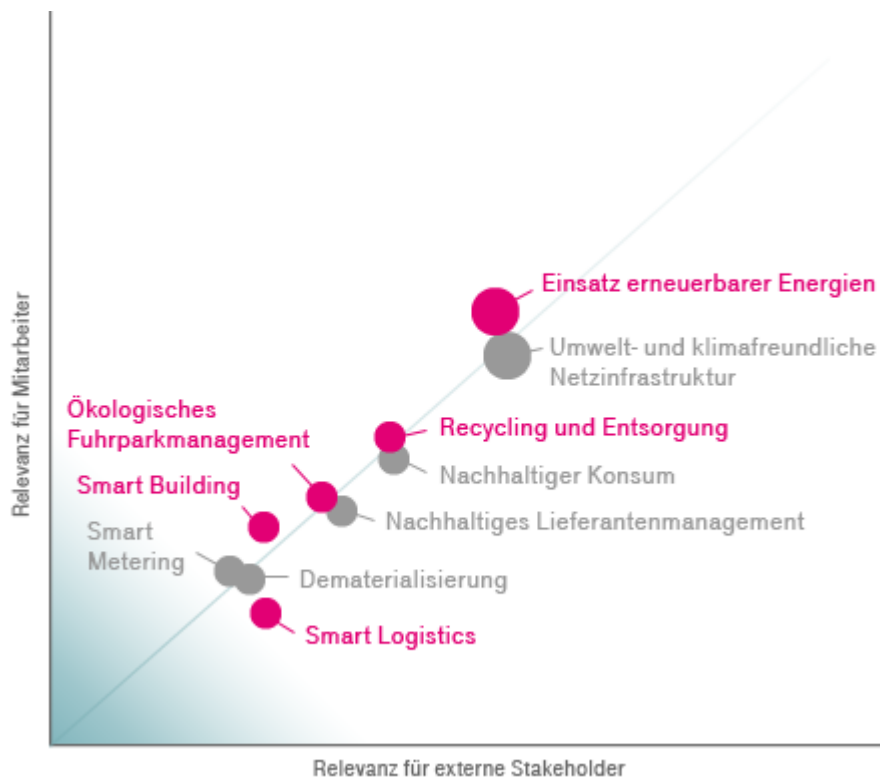
Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“



Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“



Handlungsfeld „Klimaschutz“



Die Matrizen bilden die Ergebnisse unserer 2012 durchgeführten Stakeholder-Befragung ab. Mit der Befragung ermitteln wir die Relevanz, die unsere internen und externen Anspruchsgruppen den verschiedenen Themen unserer CR-Handlungsfelder beimessen. Weitere Informationen zur Stakeholder-Befragung finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Klimaschutz.

Digitale Technologien und innovative ICT-Lösungen können maßgeblich dazu beitragen, die weltweiten Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Möglichkeiten zur Einsparung von CO₂-Emissionen liegen dabei nicht nur bei den Unternehmen des ICT-Sektors: Intelligent eingesetzte neue Informationstechnologien können insbesondere in anderen Branchen zu erheblichen Reduktionen führen. Dies gilt vor allem in den Bereichen Gebäudewirtschaft (Smart Buildings), Logistik (Smart Logistics), Stromwirtschaft (Smart Grid), Industrieautomation (Smart Motors) und Dematerialisierung. Zu diesem Ergebnis kommen zwei Studien, deren Erstellung die Telekom in den letzten Jahren maßgeblich unterstützt hat:

- Die globale Studie „SMART 2020“ der Global e-Sustainability Initiative aus dem Jahr 2008 und
- „SMART 2020 Addendum Deutschland“, veröffentlicht im Jahr 2009.

Daher haben wir die Förderung einer klimafreundlichen Gesellschaft in unserer CR-Strategie verankert. Über unsere Unternehmensgrenzen hinaus engagieren wir uns in verschiedenen Initiativen zur Förderung des Klimaschutzes auf globaler, europäischer und nationaler Ebene. Zudem leisten unsere innovativen Produkte und Dienste schon heute einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zu einer klimaschonenden Gesellschaft. Ein Beispiel sind unsere Angebote zu Telefon- und Webkonferenzen, die gegenüber realen Zusammenkünften erheblich CO₂-Emissionen einsparen. Auch die Reduktion der eigenen CO₂-Emissionen treibt der Telekom Konzern kontinuierlich voran.

Video: Klimawandel

(Animation aus unserer CR-App [i](#) „We care“)



Klimaschutzziel: 40 Prozent weniger CO₂ bis 2020.

Mit einem ambitionierten KlimaschutzzielReduktionsziel will die Telekom in Deutschland bis 2020 ihren Beitrag zu einer klimafreundlichen Gesellschaft leisten: Wir streben bis 2020 eine Reduktion der CO₂-Emissionen um bis zu 30 Prozent gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 an. Dies entspricht einer Reduktion von insgesamt über 40 Prozent gegenüber dem Ausstoß im Jahr 1995.

Eine Verringerung des CO₂-Ausstoßes des Telekom- Konzerns in den nächsten Jahren wird vor allem aus der Umstellung des Netzes auf das energieeffizientere Internet-Protokoll (All-IP) resultieren. Auch die neue Green Car Policy und Einsparungen im Bereich Gebäudemanagement werden einen großen Beitrag leisten. Die Messung der erzielten Einsparungen erfolgt über den CR Key Performance Indikator (KPI) „CO₂-Emissionen“. 2011 emittierte die Telekom konzernweit insgesamt 2 138 039 Tonnen CO₂.

Internationalisierung der Klimaschutzstrategie.

40 Prozent weniger CO₂-Emissionen als im Jahr 1995: Mit diesem ambitionierten Klimaschutzziel will die Telekom in Deutschland bis 2020 ihren Beitrag zu einer klimafreundlichen Gesellschaft leisten.

Im Jahr 2011 haben wir mit der Ausweitung der Klimaschutzstrategie auf 13 europäische Landesgesellschaften und 11 Niederlassungen von T-Systems begonnen. Bis Mai 2012 sollen diese Einheiten über eine eigene Klimaschutzstrategie einschließlich konkreter Ziele und Maßnahmen bis 2020 verfügen. Im Berichtszeitraum wurden für alle Bereiche die Bezugswerte aus dem Jahr 2008 ermittelt und konkrete Maßnahmen identifiziert. 2012 sollen die Reduktionsziele für die einzelnen Einheiten festgelegt und verabschiedet werden.

Nach Abschluss der Implementierung der Klimaschutzstrategie in den europäischen Einheiten werden wir diese auch auf die außereuropäischen Landesgesellschaften ausdehnen.

Expertenteam unterstützt weitere CO₂-Reduktion.

Eine interne Expertengruppe, die sogenannte Climate Change Group entwickelt und initiiert konkrete Maßnahmen, mit denen wir unseren CO₂-Ausstoß in der Periode 2011 bis 2015 eindämmen wollen. Hierzu gehören:

- Klimaschonende Netzinfrastrukturlösungen
- Projekt LOLA (Load -adaptive Networks)
- Geplante Einführung von Green DSL
- Green Car Policy
- Telefon- und Webkonferenzen

Weitere Maßnahmen werden im Rahmen von jährlich stattfindenden sogenannten Energie-Camps entwickelt, an denen Mitarbeiter unserer Tochtergesellschaft Power and Air Condition Solution Management GmbH (PASM), der DFMG Deutsche Funkturm GmbH sowie Experten aus verschiedenen Bereichen der Telekom und ein Vertreter der Climate Change Group teilnehmen. Im September 2011 wurden in diesem Rahmen folgende Schritte für 2012 und 2013 beschlossen:

- Weitere Abschaltung von alter Netztechnik
- Temperaturoptimierung in Technikräumen
- Effizienzsteigerung in den Verwaltungsgebäuden

12 126 Tonnen CO₂ über Zertifikate kompensiert.

Im Berichtszeitraum hat die Telekom für die Klimaneutralstellung von Veranstaltungen, Produkten und Dienstleistungen Treibhausgasemissionen in Höhe von 12 126 Tonnen CO₂ kompensiert.

Im September 2011 haben wir unsere Event-Policy im Sinne des Klimaschutzes überarbeitet. Für alle Veranstaltungen, durch die mehr als 10 Tonnen CO₂ verursacht werden, muss ein CO₂-Ausgleich über den Erwerb von Klimazertifikaten durchgeführt werden. Unterhalb dieses Werts kann eine Kompensation freiwillig geleistet werden. Projektleiter, die Veranstaltungen ausrichten, müssen bereits in der Planungsphase Klimaschutzaspekte berücksichtigen. Ihnen steht ein eigener Emissionsrechner zur Verfügung, mit dem beispielsweise Emissionen, die durch die An- und Abreise der Teilnehmer entstehen, ermittelt werden können.

Auch für verschiedene Produkte und Dienstleistungen führen wir den CO₂-Ausgleich durch, wie beispielsweise

Technologien für Telefonkonferenzen oder Software zum Download  von Videos und Musik.

CR-Bericht des Vorjahres

Zunehmend kompensieren wir nicht vermeidbare CO₂-Emissionen über Investitionen in zertifizierte Klimaschutzprojekte – wie beispielsweise ein Biomasseenergieprojekt in Brasilien oder ein Kleinwasserkraftprojekt in Costa Rica. Die Klimazertifikate erfüllen zu 30 Prozent den Gold Standard mit den weltweit strengsten Anforderungen für Emissionsminderungsprojekte und zu 70 Prozent den ebenfalls international anerkannten Voluntary Carbon Standard.

Greenpeace: Telekom ist Climate Leader.

Auf dem Jahrestreffen des europäischen Unternehmensverbands „Business Europe“ im Mai 2011 in Brüssel rief die Umweltschutzorganisation Unternehmen dazu auf, sich für eine gesetzlich festgelegte EU-weite Reduktion der Treibhausgase um 30 Prozent bis zum Jahr 2020 einzusetzen. Zu diesem Anlass wählte Greenpeace die Telekom unter die zehn europäischen Climate Leader und zählt sie damit zu den vorbildlichen Unterstützern einer ambitionierten EU-Klimapolitik.

Messung von Emissionen entlang der Wertschöpfungskette.

In den letzten Jahren haben wir die Messung unserer Scope-1- und -2-Emissionen international etabliert. Dafür nutzen wir die Angaben der internationalen Einheiten in der konzernweiten CR-Datenbank, in der jede Gesellschaft die gefahrenen Kilometer, den Verbrauch fossiler Brennstoffe sowie den Stromverbrauch dokumentiert. Mithilfe eines Koeffizienten werden aus diesen Angaben die CO₂-Emissionen für Scope 1 und 2 errechnet.

Wir sind uns aber bewusst, dass wir damit nur einen Teil unserer Klimawirkungen abbilden. Insbesondere bei der Herstellung und dem Transport von Waren, die wir von unseren Lieferanten beziehen, sowie bei der Nutzung unserer Dienstleistungen durch unsere Kunden fallen weitere wesentliche Emissionsmengen an. Diese sogenannten Scope-3-Emissionen erfassen wir bisher nur teilweise. In Zukunft wollen wir auch sie umfassend dokumentieren.

Gemeinsam mit anderen Unternehmen werden wir hierfür 2012 weiter an einem neuen ICT Greenhouse Gas Standard für Scope 3 und dazugehörigen Messmethoden arbeiten. Um zunächst bessere Informationen über die bei unseren Lieferanten anfallenden Emissionen zu erhalten, haben wir im Berichtszeitraum Workshops mit zwei ausgewählten strategischen Lieferanten durchgeführt. Erste Maßnahmen zur Einschätzungen der Emissionen auf Kundenseite sind für 2012 geplant.

Im Rahmen der Initiative „2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz “ unterstützt die Deutsche Telekom die Bundesregierung auf nationaler und internationaler Ebene bei einer erfolgreichen Politik zum Schutz des Weltklimas. Anlässlich der Klimakonferenz COP  17 der Vereinten Nationen im südafrikanischen Durban im Dezember 2011 verfasste die Initiative ein Schreiben an den deutschen Bundesumweltminister Norbert Röttgen. Es machte deutlich, dass die unterzeichnenden Unternehmen dezidiert für den Klimaschutz eintreten und von der Bundesregierung erwarten, dass sie sich für ambitionierte Klimaschutzziele einsetzt.

CR-Bericht des Vorjahres [<http://www.cr-bericht.telekom.com/site11/de/klima-und-umwelt/klimaschutz/klimaschutzinitiativen/index.php#ff,42805>]

Mitarbeiter malen für den Klimaschutz.

Ende Januar 2012 forderte die Telekom ihre Mitarbeiter auf, auf künstlerische Art und Weise zu zeigen, was sie selbst oder die Telekom für den Klima- und Umweltschutz tun. Ziel der Aktion war es, die Beschäftigten aktiv in die Berichterstattung einzubinden und die Auseinandersetzung mit dem Thema Klima- und Umweltschutz zu erhöhen. Insgesamt wurden 55 Kunstwerke von 40 Mitarbeitern eingereicht. Alle Beiträge sind in einer digitalen Bildergalerie im Rahmen des CR-Berichts 2011 ausgestellt.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Entwicklung einer konzernweiten Climate-Change-Strategie und Überarbeitung des konkreten Reduktionsziels von CO ₂ -Emissionen	Umsetzung läuft. • Vorstand hat für Deutschland ein neues CO₂-Ziel verabschiedet • Internationalisierung und Entwicklung eines konzernweiten Ziels bis 2012

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Klimaschutzinitiativen.

Die Bekämpfung der globalen Erwärmung ist eine der zentralen Fragen der Zukunft. Um tragfähige Lösungsansätze für den Klimaschutz zu entwickeln, ist eine enge Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft von entscheidender Bedeutung. Die Telekom engagiert sich deshalb in zahlreichen Initiativen für den Schutz des Klimas und der Umwelt.

Insbesondere im Rahmen unserer Teilnahme an der Klimaschutzkonferenz COP ¹⁷ der Vereinten Nationen im Dezember 2011 in Durban haben wir das Thema vorangetrieben. Dabei haben wir die zentrale Rolle der ICT-Branche als strategischer Partner bei der Umsetzung von CO₂-Reduktionszielen hervorgehoben und die Notwendigkeit konkreter und verbindlicher Zielsetzungen betont.

Telekom unterzeichnet „2°C Challenge Communiqué“.

Als Gründungsmitglied der EU Corporate Leaders Group on Climate Change ¹ hat die Telekom im November 2011 das „2°C Challenge Communiqué“ der Initiative unterzeichnet. Das Communiqué fordert Regierungen dazu auf, den Stillstand in den internationalen Klimaschutzverhandlungen zu überwinden und auf nationaler Ebene die notwendigen Maßnahmen für den Übergang zu einer nachhaltigen Wirtschaftsform umgehend zu ergreifen.

Die vom Prince of Wales ins Leben gerufene Initiative EU Corporate Leaders Group on Climate Change (EU CLG) ist ein Zusammenschluss von 16 führenden europäischen Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Die Telekom tritt als Gründungsmitglied der EU CLG für ein ehrgeiziges und faires Abkommen zur weltweiten Reduktion der CO₂-Emissionen ein.

Initiative „2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz“.

Im Rahmen der Initiative „2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz“ ¹ unterstützt die Deutsche Telekom die Bundesregierung auf nationaler und internationaler Ebene bei einer erfolgreichen Politik zum Schutz des Weltklimas. Anlässlich der Klimakonferenz COP ¹⁷ der Vereinten Nationen im südafrikanischen Durban im Dezember 2011 verfasste die Initiative ein Schreiben an den deutschen Bundesumweltminister Norbert Röttgen. Es machte deutlich, dass die unterzeichnenden Unternehmen dezidiert für den Klimaschutz eintreten und von der Bundesregierung erwarten, dass sie sich für ambitionierte Klimaschutzziele einsetzt.

CR-Bericht des Vorjahres

Die Initiative „2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz“ hat sich zum Ziel gesetzt, die durchschnittliche Erderwärmung langfristig auf maximal 2°C gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen. Den wichtigsten Beitrag zur deutschen Klimaschutzpolitik sieht die Initiative darin, Technologien, Verfahren und Dienstleistungen zu entwickeln, die weltweit zu einer Reduktion von Treibhausgasemissionen eingesetzt werden können.

Die Telekom ist Gründungsmitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI). Seit 2006 hat sie den Vorsitz inne und übernahm zudem im April 2011 den Co-Vorsitz in der Supply Chain Working Group zur Entwicklung von Kriterien für eine nachhaltige Beschaffung. Im Berichtszeitraum waren Unternehmensvertreter in allen fünf bestehenden Arbeitsgruppen aktiv:

- **Climate Change:** Hier ist für 2012 geplant, Potenziale zur Verminderung des Wasserverbrauchs in den Herstellungsprozessen für Netzinfrastruktur und Telekommunikationsendgeräte zu ermitteln.
- **Supply Chain:** Im Berichtszeitraum wurden die Standards für eine transparente Rohstofflieferkette – beispielsweise im Rahmen des Conflict-free Smelter Programms – weiterentwickelt.
- **Energy Efficiency:** Im November 2010 wurde ein Energieeffizienz-Benchmark für Festnetz-Betreiber angestoßen. Zudem beschloss die Deutsche Telekom im Juni 2011, sich an einem entsprechenden Pilotprojekt zu beteiligen.
- **E-Waste:** Die Gruppe plant eine e-Waste-Akademie für Vertreter aus Politik und Verwaltung sowie für kleine und mittlere Entsorgungsfirmen im Juni 2012 in Ghana. Diese soll das Wissen über den Umgang mit Elektroschrott erweitern.
- **Public Policy:** Die Klimakonferenz COP 17 der Vereinten Nationen im Dezember 2011 in Durban nutzte die GeSI für vielfältige Aktivitäten, an denen sich auch die Telekom im Rahmen ihres Engagements in der GeSI beteiligte. So richtete die GeSI in Kooperation mit der International Telecommunication Association einen ICT-Tag aus und startete die öffentlichkeitswirksame Initiative „Transformative Step of the Day“ mit dem Ziel, konkrete Maßnahmen zur CO₂-Reduktion auf lokaler Ebene anzustoßen. In diesem Rahmen zeichnete sie drei entsprechende staatliche Initiativen aus, eine dänisch-koreanisch-mexikanische Public Private Partnership sowie zwei chinesische Umweltinitiativen. Die Aktivitäten unterstrichen das Engagement der GeSI und der Telekom beim Klimaschutz und zeigten Lösungsmöglichkeiten der ICT-Industrie auf.

Positionierung auf Klimaschutzkonferenz COP 17.

Neben der aktiven Mitwirkung an den Veranstaltungen der GeSI beteiligten sich Vertreter der Telekom auch an zahlreichen weiteren Diskussionsrunden der COP 17. Gemeinsam mit Partnern erarbeiteten wir eine solide Positionierung der ICT als zentraler Technologie zur Unterstützung der CO₂-Reduktion in Industrie und Wirtschaft.

Standardisierungsprozess für Universalladegeräte.

Unter Vorsitz von Luis Neves, Leiter Corporate Responsibility der Deutschen Telekom, engagierte sich die GeSI im Berichtszeitraum aktiv für die Entwicklung einer Norm für Universalladegeräte. Die Norm definiert einen einheitlichen Standard für Ladegeräte von Handys, Tablet-PCs, Kameras, Navigationsgeräte, drahtlose Kopfhörer sowie MP3- und MP4-Player. Die Ladegeräte bestehen aus einem Netzteil mit abziehbarem Kabel, sodass ein einziges Kabel für Datenübertragung und Ladevorgang verwendet werden kann. Durch ihre universelle Einsetzbarkeit entsprechen sie den Richtlinien zur Vermeidung von Elektroschrott. Auch die Transportkosten für Neugeräte werden durch den Verzicht auf ein eigenes Ladegerät reduziert. Im Mai 2011 verabschiedete die International Telecommunication Union, eine Sonderorganisation der Vereinten Nationen, die Norm. Die wichtigsten Handy-Hersteller und Mobilfunk-Anbieter, unter ihnen auch die Deutsche Telekom, haben sich bereits verpflichtet, den Standard einzuführen.

Vorgaben des Breitband-Kodex der EU-Kommission größtenteils erfüllt.

Der europäische „Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment“ schreibt Grenzwerte für den Energieverbrauch von Breitbandanlagen vor. 2011 berichtete die Telekom an die Europäische Kommission, dass sie die Vorgaben der im Vorjahr unterzeichneten Version 3 des Verhaltenskodex im Bereich der

DSL-Modems bereits 2010 vollständig umgesetzt hatte. Bei den xDSL-Equipments wurden die Grenzwerte im Jahr 2011 eingehalten. 2012 werden wir die Unterzeichnung der anspruchsvolleren Version 4 des Verhaltenskodex prüfen.

CR-Bericht des Vorjahres

Seit 2001 engagiert sich die Telekom als Gründungsmitglied in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI). Diese Brancheninitiative arbeitet darauf hin, die weltweiten CO₂-Einsparpotenziale auszuschöpfen, die moderne Informationstechnologien der Gesellschaft bieten. Sie setzt sich auch dafür ein, die Rohstoffgewinnung transparenter zu gestalten und die sozialen und ökologischen Bedingungen beim Rohstoffabbau zu verbessern.

Bereits anlässlich der Klimakonferenz COP ¹⁶ in Cancún im Dezember 2010 beteiligte sich die Telekom im Rahmen ihres Engagements in der GeSI an der Erarbeitung der „Guadalajara ICT Declaration“. Ziel ist es, durch enge Kooperationen zwischen privatem und öffentlichem Sektor die Potenziale moderner ICT zur CO₂-Reduktion verstärkt zu nutzen.

Im Jahr 2011 unterzeichneten weitere zehn Unternehmen den europäischen „Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment“. EU-weit fallen damit bereits 72 Prozent der Breitbandanschlüsse unter die Richtlinien des Kodex.

Plattform für klimafreundlichen Konsum.

Bereits seit 2008 beteiligt sich die Telekom als Mitglied des Projekts Product Carbon Footprint ¹ (PCF) am Aufbau einer branchenübergreifenden Plattform zur Förderung eines klimaverträglichen Konsums. Im Berichtszeitraum wurde diese als „Plattform Klimaverträglicher Konsum Deutschland“ (PKKD) zu einem Dialogforum weiterentwickelt.

Unterstützung der GHG Protocol Initiative.

Im Rahmen ihrer Mitarbeit in der Global e-Sustainability Initiative hat sich die Deutsche Telekom im Jahr 2011 aktiv an der Erstellung des ICT Sector Supplements zum Greenhouse Gas (GHG) Protocol beteiligt, das im Jahr 2012 veröffentlicht werden soll. Es erläutert, wie die CO₂-Emissionen in der ICT-Industrie konkret berechnet und wie entsprechende Kennzahlen ausgewiesen werden können. Damit leisteten wir einen wichtigen Beitrag zur internationalen Standardisierung dieser Berechnungen. Weitere Beteiligte waren Organisationen wie Carbon Trust, das World Resource Institute (WRI) und das World Business Council for Sustainable Development (WBCSD).

Schon 2010 beteiligten wir uns an der Überprüfung der von der GHG Protocol Initiative entwickelten Standards zur Berechnung der Treibhausgasemissionen von Produkten und Unternehmen. Darauf aufbauend veröffentlichten das WRI und das WBCSD im Oktober 2011 Standards für die Kalkulation von Product Carbon Footprints sowie zur Erfassung von Scope-3-Emissionen. Mithilfe dieser beiden Standards können Unternehmen ihre CO₂-Effizienz entlang der Wertschöpfungskette steigern, Risiken reduzieren und damit Wettbewerbsvorteile generieren.

CR-Bericht des Vorjahres

Stellungnahme für Rio+20-Konferenz entwickelt.

Im Rahmen ihrer Mitgliedschaft in der Internationalen Handelskammer (International Chamber of Commerce –

ICC) beteiligte sich die Telekom im Berichtszeitraum an der Entwicklung einer Stellungnahme für die Rio+20-Konferenz 2012, in der Möglichkeiten der ICT-Industrie zur Reduktion von CO₂-Emissionen dargestellt werden. Das Dokument soll im April 2012 veröffentlicht werden.

Dialogreihe „Grün durch ICT“.

Im Berichtszeitraum veranstalteten wir die Dialogreihe „Grün durch ICT“. Am 10. Oktober 2011 diskutierten Vertreter von Umwelt-, Wirtschafts- und Verbraucherverbänden sowie von Forschungsinstituten in unserer Zentrale in Bonn mit Telekom-Vertretern über die Frage „Grün durch ICT – Widerspruch oder Wirklichkeit?“.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Durchführung eines Carbon-Footprint-Projekts (CFP) für eine konzerneinheitliche Methodik	Umsetzung läuft. Basisprojekt wurde 2009 durchgeführt. • Mitarbeit in einem GHG-Road-Testing-Projekt • Mitarbeit beim Product-Carbon-Footprint-Pilotprojekt „Plattform Klimaverträglicher Konsum Deutschland“ • Teilnahme am Plattformsymposium 2010/2011 mit Vorstellung der Nachhaltigkeitswirkungen der Videokonferenzplattform der Telekom • Neustrukturierung der Plattform für klimaverträglichen Konsum • Weitere Unterstützung für 2012 geplant

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Energiemanagement.

Um unser ambitioniertes Klimaschutzziel zu erreichen, setzen wir nicht nur bei Produkten und Diensten für unsere Kunden auf ressourcenschonende Informations- und Telekommunikationstechnik. Auch unsere betrieblichen Prozesse und unsere Netzinfrastruktur optimieren wir in dieser Hinsicht stetig. Wir arbeiten daran, den relativen Stromverbrauch unserer Geschäftstätigkeit im Verhältnis zur Höhe des Umsatzes schrittweise zu senken. Fortschritte in diesem Bereich ermitteln wir seit 2010 mit dem CR Key Performance Indikator (CR KPI) „Energieverbrauch“ und dem CR KPI „CO₂-Emissionen“. Eine detaillierte Beschreibung der CR KPI findet sich im Kapitel Strategie & Management.

Zertifikate für 3 000 GWh regenerative Energie erworben.

Seit Januar 2008 deckt die Telekom in Deutschland 100 Prozent ihres Strombedarfs aus regenerativen Energiequellen über RECS (Renewable-Energy-Certificates-System) -zertifizierte skandinavische Wasser- und Windkraftwerke. Im Jahr 2011 wurden Zertifikate für rund 3 000 GWh erworben. Diese Zertifikate werden jährlich durch den TÜV SÜD überprüft und neu vergeben.

In verschiedenen Pilotprojekten erproben wir weitere Möglichkeiten für den Einsatz unterschiedlicher Technologien zur Erzeugung von erneuerbarer Energie. So haben wir beispielsweise im Berichtszeitraum eine weitere Photovoltaikanlage in Bonn installiert, um den Einsatz von Solarstrom an Mobilfunk-Stationen zu testen. Die Ergebnisse sollen 2012 vorliegen. In einer Studie untersuchten wir zudem die Rahmenbedingungen wie Einspeisevergütungen und landesspezifische Förderbedingungen für den Einsatz von Strom aus erneuerbaren Energien in 14 Landesgesellschaften. Diese Daten werden in die Nachhaltigkeitsprogramme der Landesgesellschaften einfließen.

PASM entwickelt „Energiekonzept Telekom 2020“.

Im Berichtszeitraum untersuchten Experten der Power and Air Condition Solution Management GmbH (PASM) den Energieeinsatz und die Energiebeschaffung bei der Telekom auf ihre Wirtschaftlichkeit, Umweltfreundlichkeit und Versorgungssicherheit. Von der Stromverbrauchsentwicklung des All-IP-Netzes über das EEG-Grünstromprivileg  bis zur Einführung eines konzernweiten Smart Grid wurden verschiedene Einflussgrößen und potenzielle Bausteine der Energiewirtschaft untersucht. Auch äußere Rahmenbedingungen wie gesetzliche Anforderungen und technologische Entwicklungen flossen in die Berechnungen ein. Im August 2011 wurden erste Ergebnisse im sogenannten „Energiekonzept Telekom 2020“ dargestellt. 2012 sollen die unterschiedlichen Energiekonzepte und deren mögliche Auswirkung auf die CR-Strategie der Telekom mit den verantwortlichen Unternehmenseinheiten diskutiert werden.

Auf Basis der Untersuchungsergebnisse erarbeiteten die PASM und die Deutsche Telekom in Kooperation mit der Deutschen Funkturm, der Deutschen Telekom Technik GmbH und dem Group Facility Management umfassende Maßnahmen für eine signifikante Reduktion des Stromverbrauchs im Zeitraum 2012 bis 2014. Hierzu gehören:

- Einsatz energieeffizienter Technologien in der Netzinfrastruktur

- Einsatz hoch effizienter Frischluftkühlsysteme für kleinere Netzknoten 
- Nutzung der Abwärme der Telekommunikationstechnik zur Gebäudebeheizung
- Dezentrale Eigenerzeugung von Strom, Wärme und Kälte Einsatz energiesparender Beleuchtung in Büros

Das Energiekonzept zeigt, dass eine erfolgreiche Umsetzung der Maßnahmen mehrere Jahre dauern kann. Wirtschaftlich und ökologisch positive Effekte zeigen die Eigenerzeugung von Strom, Kälte und Wärme, die Nutzung der Technikabwärme für die Gebäudebeheizung sowie die Steigerung der Energieeffizienz der Anlagen. Bereits im Jahr 2012 werden wir weitere Anlagen zur dezentralen Eigenerzeugung von Strom und Wärme installieren. Aufgezeigt wurde aber auch, dass der direkte Bezug von regenerativen Energien nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz nach bestehenden gesetzlichen Regelungen nicht wirtschaftlich umgesetzt werden kann. Deshalb könnten zunächst anstelle der aktuellen RECS-Zertifikate höherwertige Zertifizierungen angestrebt werden.

Die PASM (Power and Air Condition Solution Management GmbH) ist eine Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom AG. Sie ist innerhalb der Deutschen Telekom für die Beschaffung, Bereitstellung und Lieferung von Energie inklusive der damit verbundenen Serviceleistungen zuständig.

Energiemanagement der PASM zertifiziert.

Die Geschäftsführung der Konzerngesellschaft PASM hat 2011 einen Energiemanager benannt und Ziele, Maßnahmen und Umsetzungspläne für die Energiepolitik im Unternehmen verabschiedet. Zudem wurde ein Energiemanagementsystem für den Bereich Produktion eingeführt. Im November 2011 wurde die PASM nach der Energienorm DIN EN 16001 zertifiziert. Außerdem wurde sie – wie schon im Jahr zuvor – vom Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle als energieeffizientes Unternehmen nach § 41 des Erneuerbare-Energien-Gesetzes anerkannt.

Energieeffizienz im Gebäudemanagement.

Ein effektives Gebäudemanagement ist für die Telekom eine wichtige Stellschraube, um ihre ambitionierten Klimaschutzziele zu erreichen. So führen wir bei allen Instandsetzungen von Gebäuden eine energetische Überprüfung der Wärmeversorgung und Lüftungstechnik durch und arbeiten kontinuierlich an einem noch energieeffizienteren Gebäudemanagement. Im Berichtszeitraum haben wir die Energieeffizienz unserer Immobilien unter anderem mit folgenden Maßnahmen erhöht:

- **Energieanalyse:** Wir haben den Energieverbrauch unserer größten Gebäude erhoben und zusätzlich Mikroanalysen für drei Objekte durchgeführt. Dabei werden auf Basis differenzierter Verbrauchserhebungen für Bereiche wie Wärme, Wasser oder Strom Analysen erstellt und anschließend konkrete Handlungsempfehlungen entwickelt. Ziel ist die energetische Gebäudebewertung im Rahmen des künftig erforderlichen Energieausweises. Im Jahr 2012 sollen weitere sechs Gebäude untersucht werden. Zudem wurden Investitionen für Energiesparmaßnahmen in Gebäuden in die Budgetplanung aufgenommen.
- **Effizienzkennzahl:** Die Power and Air Condition Solution Management (PASM) hat eine Effizienzkennzahl für den Energieeinsatz in Bürogebäuden entwickelt. Auf Basis der Ergebnisse wurden für zehn Objekte Vor-Ort-Analysen in Auftrag gegeben. Untersucht wurden dabei die Heiz- und Kältezentralen, die Beleuchtungen, Lüftungsanlagen und Arbeitshilfen. Außerdem wurde geprüft, wie durch das Nachrüsten von Zählern die Abrechnungsgerechtigkeit erhöht und das Nutzerverhalten positiv beeinflusst werden können. Die Mikroanalysen ergaben Einsparpotenziale für den Energieverbrauch von bis zu 15 Prozent. Die Umsetzung der auf Basis der Analysen festgelegten Maßnahmen ist angelaufen.

- **Einführung von LED-Beleuchtung:** An mehreren Verwaltungsstandorten haben wir im Dezember 2011 mit der Umstellung auf LED-Beleuchtung bei Allgemeinflächen wie Treppenhäusern, Fluren oder Kellern begonnen. Diese Maßnahme soll auf weitere Standorte ausgeweitet werden. Zudem haben wir 2011 das Projekt LED@Office initiiert, in dessen Rahmen wir alle Büros der Telekom in Deutschland standardmäßig mit LED-Beleuchtung ausstatten wollen. Dazu haben wir zunächst einige Räume umgerüstet und die Erfahrungen in Kooperation mit Group Facility Management, dem Einkauf, Telekom Deutschland und T-Systems ausgewertet. Anschließend beauftragten wir den TÜV Rheinland mit einer Analyse der Ergebnisse und rüsteten weitere Testflächen um, deren Betrieb Ende 2012 ausgewertet werden soll.

Für 2012 planen wir neben der Durchführung weiterer sechs Mikroanalysen zusätzliche Abwärmeprojekte. So wollen wir beispielsweise Heizwärme aus zentralen Kältemaschinen sowie mithilfe größerer Wärmepumpenanlagen aus Abluftschächten gewinnen. Die zum Betrieb der Telekomnetze eingesetzte Energie wird somit auch zur Beheizung der Büroräume genutzt. Ein entsprechendes Projekt in Frankfurt am Main ist in der Angebotsphase.

Kroatien: Energiemanagement auf Unternehmensebene.

Mit einem im Juni 2011 gestarteten Energieeffizienzprojekt auf Unternehmensebene, das bestehende Einzelinitiativen miteinander verknüpft, zielt die kroatische T-HT Hrvatski Telekom auf deutliche Synergie- und Kosteneffekte. Insgesamt wurden mehr als 30 Projekte mit hohem Einsparpotenzial identifiziert. Dazu zählen beispielsweise die effizientere Nutzung von Kühl- und Heizsystemen sowie der Umstieg auf erneuerbare Energiequellen. Schon heute werden 219 der insgesamt 1 684 Fahrzeuge der Flotte von T-HT Hrvatski Telekom mit Flüssiggas betrieben. Um auch die Mitarbeiter zu einem energieeffizienten Fahrverhalten in diesem Fahrzeugtyp zu motivieren, wurde 2011 ein interner Wettbewerb für ökologische Fahrweise durchgeführt.

Einsparungen in griechischer Festnetz- und Mobilfunk-Sparte.

Im Rahmen ihres 2008 gestarteten Programms zur Ermittlung des ökologischen Fußabdrucks von Gebäuden hat die griechische OTE 2011 die Bewertung ihres zweitgrößten und energieintensivsten Verwaltungsgebäudes abgeschlossen. Für das gesamte Gebäude wurde ein jährliches Einsparpotenzial von rund 2 500 MWh ermittelt – die dafür notwendigen Investitionen betragen 700 000 Euro.

Außerdem soll die zulässige Höchsttemperatur in allen Bürogebäuden um 2°C auf 26°C angehoben werden. Dadurch können jährlich rund 750 MWh Strom für Klimaanlage eingespart werden.

Auch durch den Umstieg auf alternative Energieerzeugung will die OTE ihre Klimabilanz verbessern: So stellte sie im Oktober 2011 einen Antrag für die Installation einer 350-kW-Photovoltaikanlage auf Dächern von Geschäftsgebäuden in Attica. Im April 2011 wurde ein Programm zur Bewertung des Potenzials von Windenergie einschließlich einer Machbarkeitsprüfung für drei Windkraftanlagen auf Kreta begonnen.

Erfolg des Effizienzprogramms in Mobilfunk-Sparte.

Auch Cosmote, die Mobilfunk-Sparte der OTE, hat im Berichtszeitraum hohe Einsparpotenziale durch Energieeffizienzmaßnahmen realisiert. Dazu zählen beispielsweise die Installation von Systemen zur freien Kühlung oder Windkraftanlagen beziehungsweise die Nutzung energieeffizienter Kommunikationstechnologie. Insgesamt konnten durch die Maßnahmen im Jahr 2011 rund 3 700 Tonnen CO₂ und damit 2,8 Prozent der vorherigen Gesamtemissionen eingespart werden. Zudem verringerte sich der Stromverbrauch in den Basisstationen um 3,7 Prozent.

2011 deckte Cosmote 1,1 Prozent ihres Energieverbrauchs durch die Nutzung von regenerativen Energiequellen.

Ungarn: 51 GWh aus erneuerbarer Energie bezogen.

Auch die ungarische Magyar Telekom nutzt zunehmend Strom aus erneuerbaren Quellen für den Betrieb ihrer Anlagen. Im Rahmen der Fünfjahresstrategie sind für 2015 46 GWh geplant. Bereits 2011 wurde dieses Ziel erfüllt und 51 GWh aus erneuerbaren Quellen gedeckt. Dies entspricht 23 Prozent des Stromverbrauchs der Magyar Telekom Plc.

Um ihre Klimaschutzziele zu erreichen, hat die Magyar Telekom im Berichtszeitraum außerdem ein Forschungs- und Entwicklungsprojekt an einer Basisstation in Iszkahegy angestoßen, die mit Wind- und Sonnenenergie betrieben werden soll. Ende März 2012 soll die Installation der technischen Anlagen abgeschlossen sein. Die Erzeugung erneuerbarer Energie soll kontinuierlich überwacht und auf Potenziale für eine mögliche Ausweitung analysiert werden.

CR-Bericht des Vorjahres

Slovak Telekom: Freecooling in 40 Niederlassungen.

Die Slovak Telekom hat die bereits 2008 begonnene Installation von Anlagen zur Nutzung der natürlichen Umgebungskälte (Freecooling) fortgeführt und im Jahr 2011 40 Niederlassungen entsprechend nachgerüstet. Insgesamt nutzen nun 110 Niederlassungen in der Slowakei diese moderne Technologie und senken dadurch den Energieverbrauch ihrer jeweiligen Heiz- und Kühlsysteme um 20 Prozent. Je nach Größe der Niederlassung macht dies jährlich zwischen 6 und 15 MWh aus. Außerdem ersetzt die Slovak Telekom bereits seit 2009 schrittweise das umweltschädliche Kältemittel Chlordifluormethan in ihren Klimaanlage. 2011 wurden 63 Anlagen umgestellt, bis Ende 2014 soll die Umrüstung abgeschlossen sein.

Polen: Höhere Energieeffizienz spart 2 GWh.

Mit unterschiedlichen Maßnahmen konnte die polnische Gesellschaft PTC ihren relativen Energieverbrauch um 2 GWh im Berichtszeitraum in ihren Niederlassungen senken. Ein Beispiel ist der Einsatz von energieeffizienten Klimaanlage und dynamischen Spannungsreglern, die die Netzspannung dem aktuellen Verbrauch anpassen. Innovative Ablesetechnologien für Stromzähler reduzieren wiederum die Anzahl der Fahrten zur Basisstation.

Britische Landesgesellschaften unterstützen Klimaziele.

40 Prozent weniger CO₂-Ausstoß gegenüber 1995 bis 2020 – dieses ehrgeizige Reduktionsziel der Telekom in Deutschland hat auch T-Systems UK für sich übernommen. Um dies zu erreichen, wird die Landesgesellschaft ihren lokalen Einheiten im Jahr 2012 spezifische Reduktionsziele setzen. Begleitet werden diese Maßnahmen durch umfangreiche Mitarbeiterinformationen.

Mehrere Maßnahmen zur CO₂-Reduktion wurden im Berichtszeitraum umgesetzt: Im Juni starteten zwei Projekte zur Frischluftkühlung der Rechenzentren mit integrierter Abwärmenutzung, die den Energieverbrauch drastisch senken sollen. Außerdem wurde die zulässige Temperatur in den Rechenzentren heraufgesetzt, um Kühlleistung zu sparen. Beide Maßnahmen werden noch nachjustiert, auch die tatsächlichen Reduktionsergebnisse liegen noch nicht vor. Weitere Energieeinsparungen wurden durch die Umstellung der Beleuchtung auf mit Präsenzmeldern ausgestatteten LED-Leuchten an 30 Installationsstellen erzielt. Ersten Messungen zufolge wurde der Verbrauch dadurch um 75 Prozent gesenkt, von 465,47 kWh auf 116,61 kWh. Aufgrund der hohen Kosten der Umrüstung wird diese jedoch nur in Neubauten oder im Zuge von

Renovierungen durchgeführt.

Umweltmanagement.

Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen und im Alltag unserer Mitarbeiter zu verankern. Hierzu trägt unser Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem (Health, Safety and Environment, HSE) bei, das auf den internationalen Standards OHSAS 18001 ^{fi} für Arbeits- und Gesundheitsschutz, ISO 14001 ^{fi} für Umweltmanagement und ISO 9001 ^{fi} für Qualitätsmanagement basiert. Wesentliche Bestandteile des Umweltmanagementsystems sind eine einheitliche Umweltpolitik, ein konzernweit gültiges Handbuch, ein zentrales Dokumentenmanagement sowie konzernweite Prozessvorgaben.

25 Gesellschaften mit zentralem Umweltmanagement.

Bereits seit 1998 arbeitet die Telekom mit einem Umweltmanagementsystem, das den internationalen Standard ISO 14001 ^{fi} erfüllt. Im Oktober 2011 wurde das Umweltmanagementsystem der Telekom Deutschland GmbH zertifiziert. Damit verfügen rund 70 Prozent der konzernweiten Standorte über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem.

ISO 14001 ^{fi} Dachzertifikat umfasst 25 Gesellschaften.

Unter einem ISO Dachzertifikat, das der Konzern im Jahr 2009 erhielt, sind mittlerweile 25 Konzerngesellschaften zertifiziert. Im Berichtszeitraum wurde die Gruppe der bereits zertifizierten Konzerngesellschaften um folgende Gesellschaften erweitert:

- T-Systems do Brasil
- T-Systems Malaysia
- T-Systems Netherlands
- T-Systems South Africa

Auszeichnung für gelebten Umweltschutz.

Im Jahr 2011 erhielt die Umweltreferentin Freia Siem der Technischen Infrastruktur Niederlassung Nord der Deutsche Telekom Technik GmbH, die auch für die Audits nach ISO 14001 ^{fi} verantwortlich ist, die „Umweltschutznadel“ der Studien- und Fördergesellschaft der Schleswig-Holsteinischen Wirtschaft e.V. Diese Auszeichnung wird seit 1987 an Personen verliehen, die sich im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit besonders vorbildlich und erfolgreich für den Umweltschutz engagieren.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Ausweitung der Zertifizierung nach OHSAS 18001.

Im Jahr 2011 wurden die Konzernzentrale der Telekom in Bonn sowie weitere 13 Konzerngesellschaften neu nach OHSAS 18001 ^{fi} zertifiziert:

- IT Services Hungary
- Power and Air Condition Solution Management
- T-Systems Austria
- T-Systems Czech Republic

- T-Systems do Brasil
- T-Systems International
- T-Systems Malaysia
- T-Systems Mexico
- T-Systems Multimedia Solutions
- T-Systems Netherlands
- T-Systems Slovakia
- T-Systems South Africa
- T-Systems UK

CR-Bericht des Vorjahres

Entwicklung von Arbeitsschutzindikatoren.

Im Berichtszeitraum haben wir zwei Kennzahlen zur Analyse der Qualität des Arbeitsschutzes entwickelt, die wir in einem Pilotprojekt seit Januar 2012 erheben:

- Mit der Kennzahl „Anzahl der Arbeitsunfälle mit resultierender Abwesenheit vom Arbeitsplatz“ werden Unfallhäufigkeiten erfasst. Mit dieser Kennzahl wollen wir die Werte innerhalb des Konzerns vergleichbar machen.
- Die Kennzahl „Dauer der Abwesenheit vom Arbeitsplatz nach Arbeitsunfall/unfällen“ dient der Berechnung der Fehlzeiten und soll im Zusammenhang mit der Unfallhäufigkeit eine Analyse der Qualität des Arbeitsschutzes vor Ort unterstützen.

In der Pilotphase im Januar 2012 wurden die entsprechenden Daten bei T-Mobile Czech Republic, T-Mobile Austria, T-Systems do Brasil, T-Systems Netherlands, T-Systems Switzerland und T-Systems South Africa erhoben.

Außerdem initiierten wir im September 2011 ein zweijähriges Projekt zur Entwicklung von konzernweit gültigen Health & Safety Standards mit integrierten Bedarfsanalysen. Ergänzend zu den Kennzahlen sollen diese Standards zur inhaltlichen Erweiterung des internationalen Gesundheits- und Arbeitssicherheitsmanagements des Konzerns beitragen.

Polen: Landesgesellschaft gewinnt „Grüne Marke“.

Als erste Mobiltelefongesellschaft Polens wurde die PTC im April 2011 mit dem Zertifikat „Grüne Marke“ des „Green Brand Award Committee“ ausgezeichnet. Die Auszeichnung wird Unternehmen für besondere Verdienste in den Bereichen Umweltschutz und nachhaltiges Wirtschaften verliehen. Mit dem Preis wurde der kontinuierliche Einsatz für den Umweltschutz der PTC unter anderem im Rahmen ihres nach ISO 14001 ^[1] zertifizierten Umweltmanagementsystems gewürdigt.

Kroatien: Umweltschulungen für 1 095 Mitarbeiter.

Die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom hat 2011 ihre umfangreichen Schulungsmaßnahmen fortgesetzt, um das Bewusstsein der Mitarbeiter für die Bedeutung von Umweltthemen zu erhöhen und sie mit dem Umweltmanagementsystem vertraut zu machen. Dazu wird seit April 2010 ein freiwilliges E-Learning-Training angeboten, das 2011 rund 800 Beschäftigte erfolgreich absolvierten. An Schulungen für Mitarbeiter mit besonders umweltsensiblen Tätigkeiten nahmen im Berichtszeitraum 295 Beschäftigte teil.

Außerdem wurde die Infrastruktureinheit der T-HT Hrvatski Telekom im November 2011 von der Kroatischen Gesellschaft für Qualität für ihren wichtigen Beitrag bei der Implementierung und Verbreitung von Qualitätsstandards in der kroatischen Wirtschaft ausgezeichnet.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Fortschreibung des CR-Programms 2010/2011.

Teilziel	Stand der Umsetzung/Maßnahmen
Implementierung eines konzernweiten Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 	Umsetzung läuft. • Dachzertifikat nach ISO 14001  für 18 Gesellschaften: Ziel erreicht • Weitere Integration aller umweltrelevanten Konzerngesellschaften
Implementierung eines Arbeitsschutz-, Gesundheits- und Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001  und OHSAS 18001 	Umsetzung läuft. • Arbeitsschutz-, Gesundheits- und Umweltmanagementsystem in 17 Gesellschaften implementiert (Stand: 31. Dezember 2011)

CR-Programm 2010/2011

Das aktuelle CR-Programm 2011/2012 finden Sie im Kapitel Strategie & Management.

Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz.

Die Telekom will die negativen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so gering wie möglich halten. Konzernweit setzen wir uns für einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen ein. Unsere Kunden und Mitarbeiter regen wir beispielsweise über [Handy-Rücknahme-Programme](#) dazu an, einen persönlichen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen zu leisten. Zudem sorgen wir für eine umweltfreundliche Ausstattung der Arbeitsplätze, beispielsweise durch den Einsatz energiesparender Geräte. Auch bei der Beschaffung von Büroartikeln werden Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt.

Papierverbrauch: 77 Prozent aus Recyclingpapier.

Im Berichtszeitraum haben wir einen veränderten Einkaufsprozess für Papier eingeführt. Er legt fest, dass der Kauf von Frischfaserpapier genehmigungspflichtig ist. Damit werden 77 Prozent des Gesamtpapierverbrauchs durch Recyclingpapier gedeckt.

Diese Maßnahme unterstützt die Fünfpunkteerklärung, die wir im Rahmen unserer Mitgliedschaft in der Initiative [Pro Recyclingpapier](#) mittragen. Der veränderte Einkaufsprozess wurde im Zusammenhang mit der im Berichtszeitraum gestarteten Kampagne „[Jetzt umstellen](#)“ eingeführt.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Ressourcensparen durch moderne Drucker.

Bis April 2012 wollen wir an den Konzernstandorten in Deutschland insgesamt 4 800 umweltfreundliche Multifunktionsdrucker installieren, auf die jeweils mehrere Arbeitsplätze zugreifen können. Bis Ende Februar 2012 hatten knapp 77 000 Arbeitsplätze Zugriff auf insgesamt 4 100 Multifunktionsdrucker, die mit dem Umweltzeichen „[Der Blaue Engel](#)“ und „[Energy Star](#)“ für besonders energiesparende und klimafreundliche Produkte gekennzeichnet sind. Im Berichtszeitraum wurden 1 696 neue Multifunktionsdrucker installiert.

Durch die Einführung von Multifunktionsdruckern werden ab 2011 jährlich 1 019 572 kWh Strom und damit 439 Tonnen CO₂ eingespart. Außerdem werden Kosten von rund 155 000 Euro vermieden.

[CR-Bericht des Vorjahres](#)

Einseitige Ausdrucke werden zur Ausnahme.

Seit September 2011 ist bei Auslieferung und Installation neuer Multifunktionsdrucker der beidseitige Druck als Standard eingestellt. Mithilfe eines Software-Updates wurde im November 2011 auch bei den bereits installierten Multifunktionsdruckern die Duplexfunktion als Standardeinstellung aktiviert. Diese Druckfunktion schont Ressourcen und reduziert Kosten durch geringeren Papierverbrauch.

Umweltfreundliche Büroartikel.

Weiterhin wird die Nutzung umweltschonender Büroartikel durch eine prominente Platzierung im zentralen Bestellsystem eBest  gefördert. Seit Ende 2011 steht zudem ein Online-Trainingstool zum Thema „Umweltfreundliches Büro“ zur Verfügung. Im Jahr 2012 wollen wir unsere Mitarbeiter auch über interne Medien

wie den Mitarbeiter-Newsletter und das Intranet für ein umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz sensibilisieren.

CR-Bericht des Vorjahres

Das zentrale Bestellsystem eBest  bietet eine Auswahl von mehr als 900 umweltfreundlichen Artikeln, beispielsweise Recyclingpapier oder Ablagemappen und Schreibutensilien aus Recyclingmaterial. Diese Artikel können von jedem Mitarbeiter in Deutschland über die Eingabe des Stichworts „umweltfreundlich“ in die Suchmaske abgerufen und anschließend geordert werden. Um die Nutzung umweltfreundlicher Büromaterialien zu erhöhen, bietet die Telekom Deutschland Onlineschulungen für ihre Sekretariate und Besteller der Service-Gesellschaften an.

Zunehmende Umstellung auf Onlineservices.

Mithilfe von „Software Managed Services“ – standardisierten softwarebasierten Arbeitsprozessen, die beispielsweise für Bestellungen, Personalbuchungen und Reisemanagement genutzt werden – vermeidet die Telekom in Deutschland unnötige Papierausdrucke und ein papiergebundenes Ablagesystem. 2011 haben wir dieses System weiterentwickelt und durch eine Bündelung der Einzelkomponenten die Benutzerfreundlichkeit erhöht.

Seit 2011 erhalten 17 000 Beschäftigte digitale Gehaltsmitteilungen. So werden Papier und Porto gespart.

T-Mobile USA: Jährlich 234 Tonnen Papier gespart.

Mit einem Projekt zur Druckeroptimierung konnte T-Mobile USA im Jahr 2011 den Papierverbrauch in ihren Niederlassungen deutlich reduzieren. Mit der Umstellung aller Drucker – außer in den Shops – auf doppelseitigen Schwarzweißdruck und der Installation neuer Software Anfang des Jahres werden jährlich 234 Tonnen weniger Papier verbraucht und eine Ersparnis von 1 Million Dollar (744 491 Euro) realisiert. Durch eine innovative Cloud-Printing-Technologie konnten 2011 weitere 6,6 Tonnen Papier eingespart werden. Die Technologie erlaubt es, Druckerjobs zu löschen. Außerdem werden die Kosten des Druckjobs auf dem Gerät angezeigt.

Umstellung der Beleuchtung in spanischen Niederlassungen.

Im Rahmen seines Umweltmanagementsystems stellte T-Systems Iberia die Beleuchtung in den Niederlassungen in Barcelona und Madrid auf Energiesparlampen um und modernisierte die Anlagen, sodass auch ein teilweises Abschalten der Beleuchtung möglich ist. Da jedoch keine spezifischen Stromzähler existieren, können die Einsparungen erst anhand der Stromrechnung abgeschätzt werden. T-Systems Iberia rechnet mit Einsparungen von rund 2 Prozent des Gesamtverbrauchs.

Abfallmanagement & Entsorgung.

Im Berichtszeitraum reduzierte die Deutsche Telekom ihr Abfallaufkommen konzernweit um rund 10 Prozent. Um unser Abfallmanagement noch ressourceneffizienter zu gestalten, haben wir hierfür im Dezember 2011 eine neue Strategie entwickelt. Wesentliche Bestandteile unseres Abfallaufkommens sind Büroabfälle und abgebaute Anlagen aus unserer bundesweiten Netzinfrastruktur.

Recycling von 11 000 Tonnen Kabel.

Im Jahr 2011 zog die Telekom allein in Deutschland mehr als 11 000 Tonnen Kabel wie Kunststoffmantel-, Blei- oder Stahlwellmantelkabel aus den entsprechenden Kanälen. Diese werden in zertifizierten Entsorgungsfachbetrieben umweltgerecht aufbereitet und bis zu 90 Prozent wiederverwertet.

Im Dezember 2011 hat die Telekom in Deutschland eine neue Abfallmanagementstrategie entwickelt. Kernziel der neuen Strategie ist die Steigerung der Ressourceneffizienz durch:

- Vermeidung und Reduktion von Abfall
- Wiederverwendung von Geräten und technischen Einrichtungen
- Recycling von wertvollen Materialien wie Metallen oder seltenen Erden
- Anderweitige, beispielsweise thermische Verwertung von Abfällen
- Umweltgerechte Entsorgung der verbliebenen Abfälle
- Reduzierung der Entsorgungskosten und Optimierung der Erlöse

Die neue Strategie beinhaltet auch die Entwicklung von Kennzahlen zur verbesserten Steuerung des Abfallmanagements sowie zur Überwachung der Umsetzung.

Für 2012 sind die internationale Abstimmung und Verabschiedung der Abfallmanagementstrategie sowie der Start der Implementierung in die operativen Prozesse und Systeme vorgesehen.

Metalle und Kunststoffe werden beim Recycling weitestgehend in hoher Qualität in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführt. Bei der Zerlegung der Kabel und der Rückgewinnung des Kupfers entstehen lediglich minimale Produktionsverluste. Je nach Zusammensetzung werden dabei Wiederverwertungsquoten von etwa 70 bis 90 Prozent erreicht. Die Telekom initiiert jährliche Kontrollen der Kabelzerlegebetriebe. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse nutzen wir, um die Zerlegeprozesse gemeinsam mit den beauftragten Unternehmen zu optimieren und maximale Kupferausbeuten zu erzielen. Mit dem im Abfallrecht geforderten Nachweisverfahren und zusätzlichen internen Transportbegleitscheinen gewährleisten wir eine hohe Entsorgungssicherheit und lückenlose Nachverfolgbarkeit.

Experten steuern systematische Erneuerung des Netzes.

Vor dem Hintergrund des laufenden Ausbaus des All-IP-Netzes ist der Abbau veralteter und nicht mehr benötigter Technik eine wichtige Maßnahme, um in den kommenden Jahren Energie und Kosten zu sparen. Bei der Telekom in Deutschland überprüft die Task Force „Power Off“, welche nicht mehr benötigten Baugruppen

mit vertretbarem Aufwand vom Netz genommen werden können. Diese werden systematisch abgebaut.

Im Jahr 2011 wurden Anlagen mit einer Leistung von insgesamt 4 286 kW abgeschaltet, so sind 16 564 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden worden.

Der Abbau der <2 Mbit Übertragungstechnik macht deutliche Fortschritte. Im Berichtszeitraum wurden Platinen mit Kapazitäten in Höhe von 3 009 MW stromlos geschaltet, abgebaut und anschließend dem Recycling zugeführt. Die Platinen enthalten wertvolle Rohstoffe wie beispielsweise Gold und Silber.

Zusätzlich zum 2010 gestarteten Effizienzprojekt „Save4Service“ hat das Projekt Retire im Berichtszeitraum rund 6,5 MW weitere Anschlussleistung identifiziert, die 2012 im Rahmen der Task Force „Power Off“ abgeschaltet werden soll. Anschließend werden die wertvollen Bauteile dem Recycling zugeführt.

e-Waste-Akademie in Ghana geplant.

Die e-Waste-Arbeitsgruppe der Global e-Sustainability Initiative, in der auch die Telekom vertreten ist, plant zum Thema e-Waste die Durchführung von sogenannten e-Waste-Akademien. Dies sind fünftägige Workshops mit internationalen Experten sowie mit Regierungs- und Verwaltungsexperten und kleinen bis mittelständischen Entsorgungsbetrieben aus sich entwickelnden Ländern. Sie dienen dem Best-Practice-Austausch, dem Aufbau von Wissen zum Thema Elektroschrott und der Förderung der Vernetzung. Darüber hinaus sollen sie dazu beitragen, gesetzliche Rahmenbedingungen zu schaffen, die die ökologische Situation verbessern ohne den Menschen Möglichkeiten zur Beschäftigung und zum Einkommenserwerb zu nehmen. Die erste e-Waste-Akademie ist für Ende Juni 2012 in Ghana geplant.

Slovak Telekom gewinnt 1 056 Tonnen Kupfer durch Recycling.

2011 hat die Slovak Telekom durch das Recycling von Kabeln insgesamt 1 056 Tonnen Kupfer gewonnen. Dies bedeutet einen Zuwachs von 30 Tonnen recycelten Kabeln gegenüber 2010.

100 Prozent Wiederverwertungsquote bis 2020 in Großbritannien.

Bis zum Jahr 2020 will T-Systems UK eine Wiederverwertungsquote von 100 Prozent für das gesamte Abfallaufkommen seiner Niederlassungen erreichen. Bereits 2011 konnte der Anteil der Deponieabfälle durch einen Wechsel des Vertragspartners und eine begleitende Mitarbeiterinformationskampagne auf unter 2 Prozent gesenkt werden. Auch in Zukunft werden weitere Informationsveranstaltungen durchgeführt. Eine aktuelle Vertragsänderung mit dem Entsorgungspartner sieht vor, den Deponieanteil im Jahr 2012 auf unter 1 Prozent zu senken. Langfristig will T-Systems UK auch die Abfallmengen deutlich reduzieren.

Recyclingprogramme bei griechischen Landesgesellschaften.

Rohstoffmanagement und Abfallrecycling sind Schlüsselemente des Umweltmanagements der griechischen OTE. 2011 wurden insgesamt 1 481 Tonnen ausrangierte Technik sowie 40 Tonnen Elektroschrott an zertifizierte Recyclingunternehmen übergeben. Außerdem werden landesweit gebrauchte Tinten- und Tonerkartuschen der OTE von einem zertifizierten Recyclingunternehmen aufbereitet. Die entsprechenden Verträge wurden im Oktober 2011 abgeschlossen.

Die im Juli 2011 begonnene schrittweise Abschaltung des alten HellasPack-Datennetzes und die damit verbundene Umstellung der Kunden auf modernere Datenverbindungen wird 2012 abgeschlossen. Damit wird der Stromverbrauch um jährlich 370 GWh reduziert. Dies entspricht einer Einsparung von 267 288 Tonnen CO₂.

Auch die Tochtergesellschaften der Cosmote Greece, Globul in Bulgarien, Cosmote Romania und die

albanische Landesgesellschaft AMC, haben vielfältige Recyclingprogramme aufgesetzt.

- Im Jahr 2007 startete Globul ein internes Programm für das Recycling von Papier und Plastikabfällen. Seit Oktober 2008 haben Kunden und Mitarbeiter die Möglichkeit, Akkus und Althandys bei den Shops von Globul abzugeben und recyceln zu lassen. Dieses Programm wurde im Jahr 2010 auf Batterien und andere elektronische Abfälle erweitert. Dafür stehen spezielle Container in den Shops, Verwaltungsgebäuden und Kaufhäusern bereit. Andere Unternehmen und Organisationen wie Coca Cola, Sony Ericsson, die britische Botschaft oder Shell Bulgaria unterstützen unser Programm. Im Jahr 2011 wurden im Rahmen des Programms 3 974 ausrangierte Handys, Akkus und Mobilfunk-Zubehör (163 kg) sowie 19 498 Gerätebatterien (457 kg) gesammelt.
- Kunden und Beschäftigte der Cosmote Romania können seit 2010 ihre alten Mobiltelefone zum Recycling in Shops und Verwaltungsgebäuden der Cosmote Romania abgeben. 2011 wurde außerdem das interne Recyclingprogramm für Papier, Plastik und elektronische Geräte auf Leuchtkörper ausgeweitet.
- Als Teil des Umweltmanagements startete AMC 2010 landesweit ein Programm zum Recycling von Büropapier. In allen Räumen und bei allen Fotokopierern stehen nun Recyclingbehälter, die täglich geleert werden. Das Programm wurde von einer Kommunikationskampagne begleitet. 2011 wurde der Papierverbrauch um 4,2 Prozent gesenkt. Außerdem konnte der Verbrauch von Recyclingpapier um 10,3 Prozent erhöht werden. Damit bestanden 55,8 Prozent des verbrauchten Papiers aus Recyclingpapier.

Altgerätesammlungen in Spanien und den Niederlanden.

Der spanische T-Systems Iberia hat im Jahr 2011 unter seinen 4 157 Mitarbeitern insgesamt 419 ausrangierte Diensthandys und 142 Laptops aus Unternehmensbeständen eingesammelt und dem Recycling zugeführt.

Im Oktober 2011 veranstaltete T-Mobile Netherlands eine Kampagne zur Sensibilisierung der Beschäftigten für nachhaltiges Verhalten am Arbeitsplatz mit einem Film und einer Handysammelaktion. In einem Zeitraum von zwei Wochen wurden insgesamt knapp 900 ausrangierte Mobiltelefone gesammelt. In diesem Rahmen erhielten die Mitarbeiter alltagsnahe Tipps zum umweltfreundlichen Verhalten.

T-Mobile USA senkt Abfallaufkommen um 40 Prozent.

Im Rahmen ihrer Ressourceneffizienzstrategie hat T-Mobile USA im Berichtszeitraum verschiedene Maßnahmen umgesetzt. So konnte das Abfallaufkommen in der Zentrale durch das Einführen der Mülltrennung um 40 Prozent reduziert werden. In jedem Pausenraum stehen nun auffällig gekennzeichnete Behälter zur Verfügung, in denen Bioabfälle für die Kompostierung gesammelt werden. Eine Informationskampagne im Intranet begleitete die Einführung.

Neues Abfalltrennsystem bei T-Systems Austria.

Um das Abfallaufkommen zu reduzieren und fachgerecht zu trennen, hat T-Systems Austria bis Ende Februar 2012 in allen Teeküchen der Zentrale Abfalltrennbehälter für Restmüll, Metall, Kunststoff und Glas aufgestellt. Zusätzlich verfügt jeder Arbeitsplatz über einen eigenen Restmüllbehälter und ein Fach für Altpapier.

Klimaschonende Mobilität.

Mit rund 30 000 allein in Deutschland zugelassenen PKWs und Service-Fahrzeugen ist unsere Firmenflotte eine der größten Europas. Der CO₂-Ausstoß des gesamten Fuhrparks entspricht etwa zehn Prozent unserer direkten und indirekten Emissionen (Scope 1 und 2 nach Greenhouse Gas Protocol) in Deutschland. Der Einsatz für eine nachhaltige Mobilität und die damit verbundenen Emissionsreduzierungen leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Erreichung unserer Klimaschutzziele.

Bei der Entwicklung hin zu einem klimafreundlichen Fuhrpark verfolgt die Telekom eine Dreisäulenstrategie:

- „Rightsize“: Mit der Auswahl moderner, sparsamer Fahrzeuge streben wir eine ökologische Ausrichtung unserer Firmenflotte an. Bei der Auswahl von Servicefahrzeugen wählte der Mobilitätsdienstleister der Telekom, die DeTeFleetServices, schon in der Vergangenheit gezielt schadstoffarme Modelle aus. Dieser Aspekt wird nun auch im Bereich Geschäftsfahrzeuge stärker berücksichtigt. Die neue Green Car Policy  gibt hierfür den Weg vor.
- „Econimize“: Durch spezielle Fahrtrainings schulen wir unsere Firmenwagenfahrer in einer verbrauchsmindernden und damit emissionsarmen Fahrweise.
- „Substitute“: Durch die Erprobung von verschiedenen Mobilitätskonzepten treiben wir den Einsatz schadstoffarmer alternativer Antriebssysteme voran.

Neuwagen: CO₂-Emissionen auf 131 g/km gesunken.

Mithilfe der strengen Vorgaben unserer Green Car Policy  konnten wir im Berichtszeitraum weitere Erfolge auf dem Weg zu einer nachhaltigen Flotte erzielen: Dabei sank der durchschnittliche CO₂-Emissionswert neuer Geschäftsfahrzeuge von 136 g/km im Jahr 2010 auf aktuell 131 g/km (bezogen auf die Normverbrauchsangaben der Hersteller). Werden die Servicefahrzeuge in die Berechnung einbezogen, konnte der durchschnittliche CO₂-Ausstoß aller Neuwagen auf 125 g/km gesenkt werden.

Für das Jahr 2012 planen wir einen durchschnittlichen Emissionswert bei Neuanschaffungen von 121 g/km.

CR-Bericht des Vorjahres

Am 1. April 2010 führte die Telekom Deutschland ihre neue Green Car Policy  für Geschäftsfahrzeuge ein und überarbeitete damit ihre bisherige Fahrzeugbeschaffungsstrategie unter ökologischen Aspekten. Die Policy schreibt ein CO₂-basiertes Auswahlverfahren für die Beschaffung neuer Geschäftsfahrzeuge vor. Darunter fallen bei der Telekom Fahrzeuge mit privater Nutzungsmöglichkeit, die Beschäftigte aufgrund ihrer Stellung oder Funktion vom Unternehmen gestellt bekommen.

Ziel ist es, dadurch und durch die Auswahl verbrauchsarmer Servicefahrzeuge die Normemissionswerte neuer PKWs der gesamten Fahrzeugflotte bis 2015 auf durchschnittlich 110 g/km zu senken. Das entspricht einem Durchschnittsverbrauch von 4,2 Liter Diesel pro 100 Kilometer. Damit unterschreiten wir die in den Klimaschutzzielen der Europäischen Union bis 2015 angestrebten Grenzwerte für Neuwagen von 120 g/km. Bereits heute bietet DeTeFleetServices ausschließlich Fahrzeuge mit einem CO₂-Ausstoß von maximal 190 g/km an.

Bonus-Malus-Beträge für Geschäftsfahrzeuge angepasst.

Um die Benutzer von Geschäftsfahrzeugen zur Auswahl verbrauchsarmer Modelle zu motivieren, wurde im Zuge der Green Car Policy [\[1\]](#) zum 1. April 2010 ein Bonus-Malus-System eingeführt. Die Beschäftigten werden an den höheren Mobilitätskosten und der höheren Umweltbelastung durch einen monetären Malus beteiligt, sollten sie sich für ein Fahrzeug mit hohem CO₂-Ausstoß entscheiden. Bei der Wahl eines besonders umweltfreundlichen Fahrzeugs erhält der Benutzer einen Bonus in Relation zu den eingesparten Kraftstoffkosten. Im Berichtszeitraum haben wir die Bonus-Malus-Beiträge für Geschäftsfahrzeuge um 10 (Bonus) beziehungsweise 20 (Malus) Cent pro Gramm CO₂ erhöht und tragen damit den gestiegenen Kraftstoffpreisen Rechnung.

Erlöse kommen Umweltschutzorganisationen zugute.

Im Jahr 2011 leisteten Mitarbeiter, die Fahrzeuge mit einem höheren CO₂-Ausstoß gewählt hatten, Maluszahlungen in Höhe von 300 000 Euro. Dieser Betrag wurde an neun Umweltschutzorganisationen gespendet. Über die Spendenverteilung entschieden die Mitarbeiter der Deutschen Telekom. Nach der internen Abstimmung, an der sich mehr als 4 000 Mitarbeiter beteiligten, erhielt der Verein One Earth – One Ocean e.V. mit insgesamt 45 000 Euro die höchste Einzelspende. Die Organisation entwickelt technische Lösungen für die Säuberung der Ozeane von Plastikmüll. Auf den Plätzen zwei und drei folgten das „Naturparadies Grünhaus“ mit 42 500 Euro und die „CO₂-freie Schule“ mit 40 000 Euro.

Telekom-Fuhrpark erhält TÜV-Siegel.

Der Fuhrpark der Telekom in Deutschland wurde Ende 2010 vom TÜV Rheinland mit dem „Bluefleet“-Siegel für einen CO₂-kontrollierten Fuhrpark ausgezeichnet. Diese Bewertung ergibt sich aus dem Vergleich mit den GRPD BLUEFLEET®-Standards des TÜV Rheinland sowie der im Jahr 2010 erzielten CO₂-Einsparung von rund 1,9 Kilotonnen. Aufgrund der Fortschritte bei der Reduzierung des CO₂-Ausstoßes der Fahrzeugflotte wird die Auszeichnung des TÜV Rheinland auch für das Jahr 2011 erwartet.



Abbildung: Blue Fleet Logo des TÜV Rheinland

CR-Bericht des Vorjahres

Kritische Bewertung durch die Deutsche Umwelthilfe.

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) hat im Jahr 2011 erneut die CO₂-Emissionen verschiedener Dienstwagenflotten in Deutschland erhoben und rote, gelbe und grüne Karten verteilt. Die Deutsche Telekom erhielt neben neun weiteren Unternehmen trotz vorbildlicher Firmenflotte die „Gelbe Karte“. Begründet wurde dies mit einem erkennbaren, nach Meinung der DUH jedoch nicht ausreichenden Umweltengagement. Der hohe CO₂-Ausstoß der Vorstandsflotte der Telekom von teilweise deutlich über 230g/km stand demnach im Widerspruch zu einem klimaschonenden Fuhrpark. Mittlerweile wurden die Vorstandsfahrzeuge turnusgemäß gegen sparsamere Fahrzeuge ausgetauscht und unterschreiten nun mit durchschnittlich 183 g/km die im Konzern festgelegte Obergrenze.

Fahrertraining: 7 600 Mitarbeiter geschult.

In Absprache mit den Konzerneinheiten in Deutschland wurde im Jahr 2011 das Öko-Drive-Programm, ein kombiniertes Fahr- und Sicherheitstraining, deutlich ausgeweitet: 7 600 Fahrer von Dienst- und Geschäftsfahrzeugen der Deutschen Telekom Technik, des Technischen Service und von T-Systems International haben das Programm absolviert. Damit haben wir unser ursprüngliches Ziel von 6 000 Teilnehmern um mehr als 25 Prozent übertroffen.

Das Öko-Drive-Programm werden wir auch zukünftig durchführen. Die Trainings sind eine wichtige und effektive Maßnahme, um den Kraftstoffverbrauch der Fahrzeugflotte zu senken, und ein wesentlicher Beitrag der DeTeFleetServices zum Erreichen der Klimaschutzziele der Telekom.

Einsatz von alternativen Antriebssystemen.

Die Erdgasflotte des Mobilitätsdienstleisters der Telekom, DeTeFleetServices, hat sich in den letzten Jahren deutlich reduziert, da 2011 von den Herstellern keine Fahrzeuge in den benötigten Kategorien angeboten wurden. Trotzdem ist noch immer eine Flotte von 150 Erdgasfahrzeugen im Einsatz, die im Vergleich zu herkömmlichen Autos weniger Schadstoffe und CO₂ emittieren.

Auch der Einsatz von alternativen Antriebssystemen wird seit Jahren getestet. Im Berichtszeitraum haben wir verschiedene Projekte fortgeführt und neue Möglichkeiten geprüft:

- Seit Frühjahr 2011 wird in Nordrhein-Westfalen ein Pilotversuch mit zwei Elektrofahrzeugen von Renault durchgeführt. Bis mindestens Mitte 2012 werden Erfahrungswerte in der Praxis gesammelt und ausgewertet. Nach den bisherigen Erkenntnissen sind die Elektrofahrzeuge als Servicefahrzeuge nur bedingt einsetzbar. Sie werden von den Nutzern akzeptiert, wenn die tägliche Fahrleistung unter 100 Kilometern liegt und sie über Nacht am Einsatzstandort aufgeladen werden können.
- Seit 2010 beteiligt sich die Deutsche Telekom am Projekt „e-Mobility-Berlin“, einem der weltweit größten Feldversuche zum Einsatz von Elektroautos. Im Rahmen dieses Projekts testet DeTeFleetServices gemeinsam mit weiteren Konzerneinheiten den Einsatz von vier Elektroautos von Smart in der Praxis.
- Bereits seit September 2010 stehen unseren Beschäftigten der Konzernzentrale in Bonn zwei Elektroautos von Smart zur Kurzzeitmiete zur Verfügung. Zudem kam im Jahr 2011 in Berlin ein Elektrofahrzeug von Volkswagen im Testbetrieb zum Einsatz.

Klimaschutz bei Geschäftsreisen.

In Kooperation mit der Deutschen Bahn gestalten wir die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter in Deutschland möglichst klima- und umweltfreundlich. Seit Februar 2010 besteht eine Vereinbarung mit der Deutschen Bahn AG, durch die alle Bahnfahrten unserer Beschäftigten klimaneutral gestellt werden.

Im Januar 2011 haben wir für die Strecke Frankfurt-München ein Flugverbot eingeführt, das nur in Ausnahmefällen aufgehoben wird. Durch diese und weitere restriktive Maßnahmen konnte die Flugzeugnutzung auf dieser Strecke um 93,5 Prozent reduziert werden. So wurden die damit verbundenen CO₂-Emissionen im Jahr 2011 von hochgerechnet 735 auf 48 Tonnen gesenkt.

23 700 Mitarbeiter wählen klimafreundlichen Arbeitsweg.

Im Jahr 2011 nutzten rund 23 700 Mitarbeiter in Deutschland eine vergünstigte Monatsfahrkarte – das sogenannte Jobticket – für den Arbeitsweg. Damit stieg die Zahl der Nutzer gegenüber dem Vorjahr um 500.

Ein regionales Jobticketangebot steht an allen deutschen Telekom-Standorten in Verkehrsballungsräumen zur Verfügung. Im Jahr 2011 haben wir neue Verträge mit regionalen Verkehrsbetrieben geschlossen. Hierdurch können nun Mitarbeiter in drei weiteren Städten – Aachen, Magdeburg und Chemnitz – ein Jobticket nutzen. Die neuen Angebote wurden im Jahr 2011 von rund 155 Beschäftigten in Anspruch genommen.

Zukünftig wollen wir das Jobticket auch in Hamm, Erfurt, Trier und Kassel einführen. Zusätzlich planen wir, ab 2012 über Emissionszertifikate auch den CO₂-Ausgleich für die Fahrten mit dem öffentlichen Nahverkehr vorzunehmen.

CR-Bericht des Vorjahres

Auszeichnung für Jobtickets.

Im Jahr 2011 wurde die Deutsche Telekom von der „Aachener Initiative für saubere Luft“ für ihren Einsatz für schadstoffarme Mobilität ausgezeichnet. Besonders vorbildlich ist in den Augen der Jury die Einführung des Jobtickets für Mitarbeiter der Telekom-Filialen und der T-Systems Niederlassung in Aachen. Die Urkunde wurde am 22. November von Aachens Oberbürgermeister Marcel Philipp verliehen.

Die Auszeichnung vergibt die Stadt jedes Jahr gemeinsam mit der Industrie- und Handelskammer, der Handwerkskammer Aachen sowie dem Einzelhandels- und Dienstleistungsverband Aachen-Düren e.V.

GPS-Leitsystem spart über 90 000 Liter Kraftstoff.

Nach einer dreimonatigen Installationsphase sind seit April 2011 300 Dienstwagen der Slovak Telekom an ein GPS-Monitoringsystem angeschlossen. Die dadurch mögliche intelligente Streckenplanung und -steuerung soll den Spritverbrauch um insgesamt 10 Prozent senken und dadurch jährlich 50 000 Liter Treibstoff sparen. Außerdem beteiligte sich die Slovak Telekom an der Europäischen Mobilitätswoche im September 2011. In diesem Rahmen stellte das Unternehmen ein internes Tool zur Bildung von Fahrgemeinschaften vor und rief alle Beschäftigten auf, Fahrgemeinschaften zu bilden oder öffentliche Verkehrsmittel zu nutzen. Insgesamt nahmen 400 Mitarbeiter an der Aktion teil.

Auch die Gesellschaften in der EJR Mazedonien, Makedonski Telekom und T-Mobile Macedonia, haben im Berichtszeitraum GPS-Systeme in 380 Fahrzeugen ihrer Firmenflotte installiert. So konnten 41 500 Liter Kraftstoff gegenüber dem Vorjahr eingespart werden. Außerdem versorgen die Unternehmen ihre Angestellten mit Informationen zum spritsparenden Fahren, die auch Bestandteil der Nutzungsrichtlinien sind.

Effizientes Flottenmanagement der griechischen OTE.

Im Jahr 2010 hat die griechische OTE ein intelligentes Echtzeitleitsystem für Fahrtstrecken entwickelt und pilotiert. Das System soll 2012 voll einsatzfähig sein und ist Teil eines Programms zur deutlichen Reduktion der transportbedingten Emissionen. Bereits seit 2007 ist der Bereich Flottenmanagement nach ISO 14001  zertifiziert.

Elektroautos in mehreren Landesgesellschaften.

Als erste Telefongesellschaft des Landes hat die polnische PTC im August 2011 drei Elektroautos in ihre Flotte integriert. Sie werden von den Angestellten für Dienstfahrten innerhalb Warschaus genutzt. Am Eingang der Konzernzentrale wurde eine Ladestation installiert.

Auch die ungarische Magyar Telekom hat 2011 zwei Elektroautos in ihre Flotte integriert, die seit Januar 2012 im Betrieb sind; eines im technischen Kundenservice, das andere als sogenanntes „Key Car“ für die

Beschäftigten. Neben einer Reduktion des Spritverbrauchs um 5 Prozent definiert die Nachhaltigkeitsstrategie für den Zeitraum 2011–2015 zwei zentrale Ziele: Bis Ende 2015 dürfen die durchschnittlichen CO₂-Emissionen 157,7 g/km nicht überschreiten, außerdem sollen 20 Prozent aller Fahrzeuge für den persönlichen Gebrauch Hybrid- und Elektrofahrzeuge sein. Dieses Ziel wird unter anderem durch eine neue Konzernrichtlinie vom Juli 2011 und ein eigenes Budget unterstützt. Im selben Jahr wurde ein Bonus-Malus-System für die Beschäftigten eingeführt, das die Wahl CO₂-armer Fahrzeuge unterstützt.

Im April 2011 startete Globul in Bulgarien mit dem Erwerb eines Elektrofahrzeugs ein Pilotprojekt zur Förderung der nachhaltigen Mobilität. Als eines der ersten Elektrofahrzeuge des Landes wurde es bereits auf mehreren nachhaltigen Verkehrsforen vorgeführt. In einer Wirtschaftlichkeitsberechnung stellt Globul außerdem dar, unter welchen Umständen sich eine mehrheitliche Umstellung der Firmenflotte auf Elektrofahrzeuge finanziell rechnen würde.

Erfolgreiche Fahrradkampagnen in Tschechien und Kroatien.

Im Mai 2011 hat die T-Mobile Czech Republik ihre Mitarbeiter im Rahmen einer Aktion dazu motiviert, mit dem Fahrrad zur Arbeit zu fahren. In dem einmonatigen Aktionszeitraum radelten die 36 Teilnehmer insgesamt 9 440 Kilometer und sparten dadurch 1 038 kg CO₂ auf ihrem Arbeitsweg.

Auch die T-HT Hrvatski Telekom in Kroatien hat vom März bis September 2011 eine interne Kommunikationskampagne zum Thema umweltfreundliche Mobilität beispielsweise mit dem Fahrrad durchgeführt. Damit verbunden war das Angebot von Preisnachlässen auf Fahrräder und Zubehör in verschiedenen Sportgeschäften, das von zahlreichen Mitarbeitern genutzt wurde.

Biodiversität.

Eine vielfältige Tier- und Pflanzenwelt ist eine wichtige Lebensgrundlage für die Menschheit und kann sich veränderten Umweltbedingungen, wie sie beispielsweise durch die globale Klimaerwärmung entstehen, besser anpassen. Angesichts dieser Tatsachen haben die Vereinten Nationen die Jahre 2011 bis 2020 zur „UN-Dekade der Biodiversität“ ernannt.

Auch wir setzen uns für den Erhalt einer vielfältigen Tier- und Pflanzenwelt ein: Seit mehr als zehn Jahren kooperiert die Telekom Deutschland mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH) und hat in diesem Rahmen bis Ende Februar 2012 insgesamt 774 Umwelt- und Naturschutzprojekte sowie zahlreiche Umweltbildungsaktivitäten unterstützt. Auch unsere Mitarbeiter setzen sich in Naturschutzprojekten ein.

Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ verlängert.

Das Jahr 2011 wurde von den Vereinten Nationen zum „Internationalen Jahr der Wälder“ erklärt. Dem Aufruf, sich für die Wälder als wichtigen Lebensraum für Tiere und Pflanzen einzusetzen, sind wir gerne gefolgt und haben die Laufzeit unseres Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ bis zum 31. Dezember 2012 verlängert. Seit seiner Gründung wurden durch den Fonds sechs Projekte gefördert – davon wurden im Jahr 2011 zwei erfolgreich abgeschlossen:

- **Lebensräume für die Haselmaus:** 2010 schuf der Deutsche Verband für Landschaftspflege Sachsen durch Forstarbeiten in der Niederlausitz bessere Lebensbedingungen für die dort beheimatete Haselmaus. Um die Waldbesitzer und -bewirtschafter für die Bedürfnisse der streng geschützten Nagetiere zu sensibilisieren, hat der Verband in der ersten Jahreshälfte 2011 mehrere Informationsveranstaltungen und Workshops durchgeführt. Das Projekt wurde im September 2011 erfolgreich abgeschlossen. Die Ergebnisse zeigen, dass die Wiederherstellung von Nieder- und Mittelwäldern für die Biodiversität und den Artenschutz besonders wichtig ist. Um Kunden zu diesem Thema zu sensibilisieren berichtete die Telekom in ihrer Kundenzeitschrift „telekom_life“ 2011 über dieses Projekt und führte gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe einen Haselmaus-Malwettbewerb für Kinder durch, an dem sich rund 80 Kinder beteiligten. Die zehn Bilder, auf denen die Haselmaus in ihrem natürlichen Lebensumfeld am besten dargestellt war, wurden mit Sachpreisen prämiert.
- **Lebendige Weser – „Wir pflanzen einen Auenwald“:** Schulklassen im Wesereinzugsgebiet in Nordrhein-Westfalen wurden bereits 2010 durch den Verein „Büro am Fluss – Lebendige Weser“ bei der Pflege des Auenwalds angeleitet. Im November 2011 konnten circa 100 Stecklinge in den vorbereiteten Ufergebieten zwischen Bodenwerder und Holzminden ausgepflanzt werden. 40 Schüler beteiligten sich an der Aktion.

CR-Bericht des Vorjahres

Gemeinsam mit der DUH gründete die Telekom im Jahr 2009 den Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“. Der Fonds fördert vorbildliche Naturschutzprojekte in Deutschland, die sich für den Erhalt von Wäldern und den darin lebenden Tieren und Pflanzen einsetzen. Die geförderten Projekte werden von der Deutschen Umwelthilfe ausgewählt und von einem Beirat aus anerkannten Naturschutzexperten zur Umsetzung empfohlen.

Naturschutzfonds fördert lebendigen Buchenwald.

Anlässlich des Tags der Umwelt am 5. Juni 2011 starteten wir gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe und der Stadt Bonn das Projekt „Lebendiger Buchenwald“: Gemeinsam mit dem Bonner Stadtförstamt wird ein Teil des Bonner Stadtwalds, der derzeit eine Fichten-Monokultur ist, zu einem artenreichen Buchenwald umgestaltet. Im Berichtszeitraum wurden 3 000 junge Buchen gesetzt.

Auch Facebook-Nutzer können sich durch die Aktion „Baumfreunde“ an diesem Projekt beteiligen: Von Juni 2011 bis März 2012 haben sie die Möglichkeit, ein Foto von sich und einem Baum auf Facebook hochzuladen. Für jedes Foto wurde ein Baum im Bonner Stadtwald gepflanzt – insgesamt 121 Buchen (Stand: 28. Februar 2012).

Zum Projektauftritt beteiligten sich rund zwölf Mitarbeiter an der Vorbereitung für die Pflanzungen und schnitten das Waldstück frei. Die Telekom Deutschland fördert das Projekt mit insgesamt 10 000 Euro. Im März 2012 sollen weitere 1 000 junge Buchen mit Beteiligung von Mitarbeitern gepflanzt und barrierefreie Informationstafeln über die Biodiversität in Wäldern und das Waldumbauprojekt vor Ort aufgestellt werden.

Im Jahr 2012 fördert der Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ zwei weitere Projekte: Im Februar 2012 unterstützte der Fonds eine Umbauaktion des BUND Nordrhein-Westfalen mit Schulklassen zum Erhalt der Lebensräume von Eidechsen im Naturschutzgebiet „Dellbrücker Heide“ in Köln. Im Rahmen eines Waldnaturschutzprojekts zur Erweiterung des Feuchtgebiets „Eschenkahr“ im Stadtwald von Bad Orb sollen zur Ausweitung eines Feuchtbiotops weitere Waldtümpel als Lebensraum für eine Reihe seltener und bedrohter Tierarten angelegt werden.

Erforschung der Artenvielfalt mithilfe von Tablet-PCs.

Seit Juli 2011 unterstützt die Telekom Deutschland das INQUIBIDT-Projekt der Pädagogischen Hochschule Ludwigsburg. INQUIBIDT steht für „Inquiry-based Biodiversity Teaching“, einen innovativen Lernansatz zum Thema Biodiversität, bei dem das forschend-entdeckende Lernen im Vordergrund steht. In diesem auf drei Jahre angelegten EU-weiten Projekt soll die regionale Flora und Fauna mit moderner Mobilfunk-Technik erforscht werden.

Im Berichtszeitraum hat die Telekom hierfür zehn Tablet-Computer zur Verfügung gestellt, die in der Lehrerbildung, im Studium und im Schulunterricht zum Einsatz kommen. Damit werden beispielsweise Standorte bestimmter Pflanzen erfasst und auf Google Maps festgehalten. Zu diesen geografischen Daten wird jeweils ein Wiki [\[1\]](#) – eine interaktive Informationsseite im Internet – angelegt. Auf diese Weise sollen schrittweise die gesamte Biodiversität eines abgesteckten Gebiets erfasst und das Bewusstsein für die Bedeutung der Artenvielfalt erhöht werden. Zukünftig sollen die Daten und Erfahrungen der Projektteilnehmer auch weiteren Lehrkräften und deren Schülern zur Verfügung gestellt werden – etwa im Rahmen von Lehrerfortbildungen oder Schülerwettbewerben.

Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds der T-Mobile Austria.

Mit einem Stiftungskapital von 250 000 Euro setzt sich der Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds von T-Mobile Austria für Naturschutzprojekte ein. Im September 2010 startete in Kooperation mit dem World Wide Fund For Nature (WWF) ein Pilotprojekt zum Erhalt der March-Thaya-Auen, einer artenreichen Flusslandschaft östlich von Wien. In diesem Rahmen konnte der WWF Österreich 2011 gemeinsam mit seinen Unterstützern 100 Hektar Auwald dauerhaft vor der Abholzung bewahren. Im Januar 2012 unterstützte der Fonds drei über eine

Onlineabstimmung gewählte Umweltprojekte mit insgesamt 50 000 Euro. Knapp 40 000 Österreicher hatten sich zwischen Dezember 2011 und Januar 2012 an der Abstimmung beteiligt.

Kennzahlen CR.



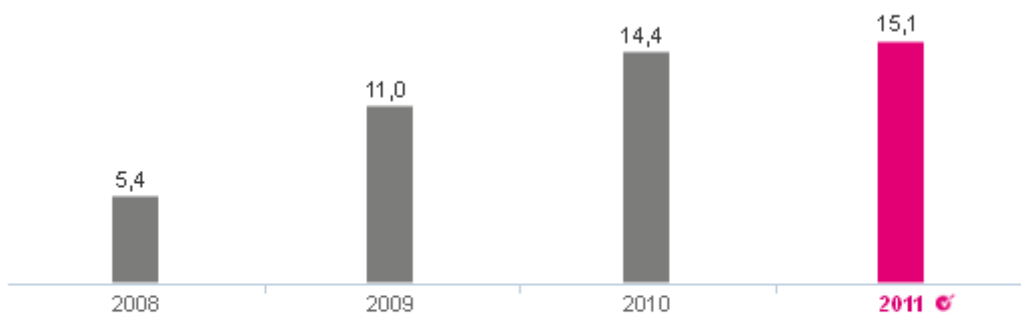
	2010		2011
Ökologisch			
CR KPI "Energieverbrauch" (MWh / Mio €)	107	↗	116
CR KPI "CO ₂ -Emissionen" (Tsd. t)	268	↘	260
CR KPI "Handy-Rücknahme" (Handy-Rückn. Tsd. / Kunden Mio)	7	↗	21.5
Sozial			
CR KPI "Mitarbeiterzufriedenheit CR" (%)	55	-	55
CR KPI "Gesellschaftliches Engagement" (%)	- 8	↗	- 13
Ökonomisch			
CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" (%)	55	↘	38
CR KPI "Nachhaltiges Investment (SRI)" (%)	14.4	↗	15.1

Nachhaltiges Investment.

CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“.

Im Jahr 2011 wurden 13 Prozent aller Aktien der Deutschen Telekom von Investoren gehalten, deren Anlagestrategie zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien berücksichtigt. 2 Prozent der T-Aktien werden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI/ESG-Gesichtspunkten managen.

CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“ Deutsche Telekom AG.



■ Anteil an Aktien der Deutschen Telekom AG, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologisch, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt (Datenquelle; Ipreo seit 2009, 2008: Sustainable Business Institute). Es ist zu beachten, dass Vorjahresvergleiche aufgrund der jährlichen Aktualisierung der Berechnungsbasis ggf. wenig aussagekräftig sind.

Der CR KPI „Nachhaltiges Investment“ gibt den Anteil von T-Aktien der Deutschen Telekom AG an, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt. Aufgrund der jährlichen Aktualisierung der Berechnungsbasis sind Vorjahresvergleiche gegebenenfalls wenig aussagekräftig.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) und 7 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Listing T-Aktie.

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikate.

Rating-Agentsur	Indizes/Prädikate/ Ranking	Erfolge Index-Listing			
		2011	2010	2009	2008
	DJSI World	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✓	✓	✓	✓
	"Prime"	✓	✓	✓	✓
	ASPI	✓	✓	✓	✓
	ESI	✓	✓	✓	✓
	FTSE4Good 	✓	✓	✓	✓
	DAX Global Sarasin Sustainability	✓	✓	✓	✓
	Carbon Disclosure Leadership	-	-	-	-
	Carbon Performance Leadership (neu seit 2010)	-	✓	n.a.	n.a.
	MSCI Global Climate	✓	✓	✓	✓
	MSCI World ESG 	-	-	-	-
	Rank Germany #6, Global #80, Technology #12	✓	✓	n.a.	n.a.
	STOXX Global ESG  Leaders (neu seit 2011)	✓	n.a.	n.a.	n.a.
✓ Erfolgreich gelistet. - Nicht gelistet. * Vorher RiskMetrics/KLD.					

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

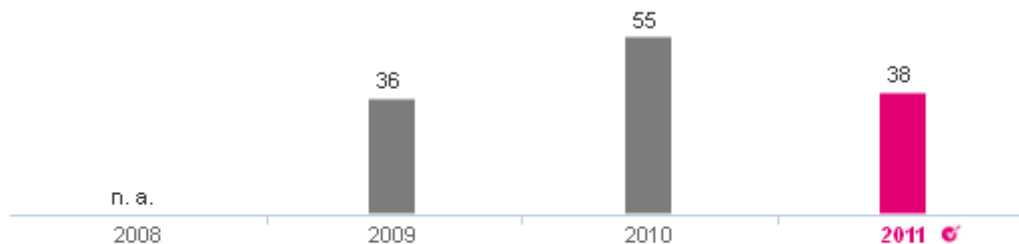
Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Lieferanten.

CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“.

Der Wert des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ ist gegenüber dem Vorjahr von 55 auf 38 Prozent gesunken. Dies resultiert aus einem deutlichen Rückgang des Einkaufsvolumens bei durch E-TASC beziehungsweise durch Audits abgedeckten Lieferanten.

CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ Deutsche Telekom Konzern.



■ Anteil auditiertes und/oder via E-TASC abgedecktes Gesamtbeschaffungsvolumen. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführter Social Audits bei „1st Tier“ Lieferanten.

✓ Daten durch PwC geprüft. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

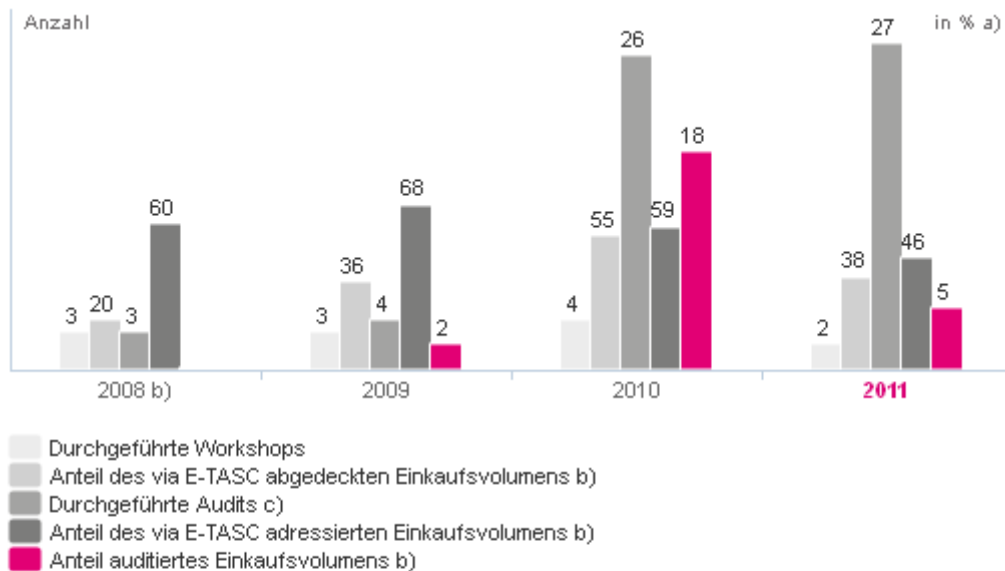
Insgesamt ist die Anzahl der auditierten Lieferanten gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben. Das Bestellvolumen bei bereits im Vorjahr relevanten Lieferanten ging jedoch zum Teil zurück, teilweise sind auch Lieferanten mit geringerem Bestellvolumen in E-TASC erfasst als im Vorjahr. Ein Rückgang des Gesamteinkaufsvolumens der Deutschen Telekom um 12 Prozent mildert jedoch den Effekt beim Rückgang des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ ab.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe des CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren HR 1 (Menschenrechte), HR 2 (Zulieferer und Menschenrechte) und HR 10 (Impact-Assessments) vollständig abgedeckt. Mit der Angabe decken wir die EFFAS-Kennzahl V28-04 (Supply Chain) ab. Sie ist weiterhin relevant für die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette), 6 (Regeln und Prozesse) und 7 (Leistungsindikatoren) sowie 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).

Lieferantenbeziehungen.

Der Anteil des durch das Brancheninformations-Tool E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) abgedeckten Einkaufsvolumens sank sehr deutlich von 55 Prozent im Vorjahr auf 38 Prozent im Jahr 2011. Gleichzeitig sank auch der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens gegenüber dem Vorjahr von 18 Prozent auf 5 Prozent.



a) Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB).

b) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführter Social Audits ausschließlich bei "1st Tier" Lieferanten. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

c) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung intern und extern durchgeführter Social Audits (sowohl im Rahmen von Deutsche Telekom als auch durch JAC - Joint Audit Cooperation). Audits umfassen auch Follow-up Audits.

Der Rückgang resultiert aus einer deutlichen Verringerung des Einkaufsvolumens der durch E-TASC beziehungsweise durch Audits abgedeckten Lieferanten. Die Anzahl der erfassten beziehungsweise auditierten Lieferanten ist hingegen stabil geblieben. Teilweise ist jedoch das Volumen der Einkäufe bei den bereits im Vorjahr relevanten Lieferanten zurückgegangen, zum Teil sind auch andere Lieferanten mit geringerem Bestellvolumen in E-TASC erfasst als im Vorjahr. Deswegen sind die Werte mit den Vorjahreswerten nur bedingt vergleichbar. Wie in den Vorjahren wurden Workshops mit Top-Lieferanten durchgeführt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe des CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren HR 1 (Menschenrechte), HR 2 (Zulieferer und Menschenrechte) und HR 10 (Impact-Assessments) vollständig abgedeckt. Zudem entsprechen wir dem Kriterium 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für die EFFAS-Kennzahl (V28-04) sowie die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette) und 6 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).

Personalaufwand und Personalaufwandsquote Telekom Konzern weltweit.

	2008 in Mrd. €	2009 in Mrd. €	2010 in Mrd. €	2011 in Mrd. €
Personalaufwand im Konzern	14,1	14,3	15,1	14,7
davon Deutschland	9,8	9,0	9,2	9,2
Sondereinflüsse*	1,1	0,5	1,0	1,2
Personalaufwand im Konzern, bereinigt um Sondereinflüsse	13,0	13,8	14,1	13,6
Konzernumsatz*	61,7	64,6	62,4	58,7
davon Deutschland	29,7	28,4	28,1	27,2
Bereinigte Personalaufwandsquote Konzern (in %)	21,2	521,4	22,5	23,2
Personalaufwandsquote Deutschland (in %)	29,9	30,1	30,4	30,6

*Sondereinflüsse in Mrd. €, Werte berechnet und gerundet auf Basis der exakten Millionenbeträge.

Aufwendungen für Personalmaßnahmen (vorzeitiger Ruhestand, Abfindungen, Ausgleichszahlungen etc.) im Wesentlichen in den operativen Segmenten Deutschland (-0,6), Konzernzentrale & Shared Services (-0,2), Europa (-0,1) und T-Mobile USA (-0,1).

2010: Aufwendungen für Personalmaßnahmen (vorzeitiger Ruhestand, Abfindungen, Ausgleichszahlungen etc.) im Wesentlichen in den operativen Segmenten Deutschland (-0,4), Europa (-0,2) Systemgeschäft (-0,1) sowie der Konzernzentrale & Shared Services (-0,1).

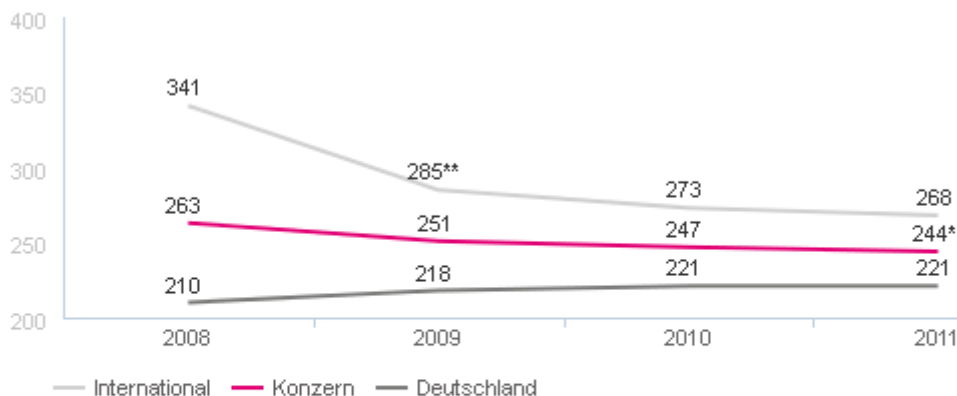
2009: Aufwendungen für Personalmaßnahmen (vorzeitiger Ruhestand, Abfindungen, Ausgleichszahlungen etc.) im Wesentlichen in den operativen Segmenten Deutschland (-0,3), Systemgeschäft (-0,1) sowie der Konzernzentrale & Shared Services (-0,1).

2008: Aufwendungen für Personalmaßnahmen (vorzeitiger Ruhestand, Abfindungen, Ausgleichszahlungen etc.) im Wesentlichen in den operativen Segmenten Deutschland (-0,8) und Systemgeschäft (-0,3).

Umsatz je Mitarbeiter.

Vor dem Hintergrund des international gestiegenen Umsatzdrucks ging der konzernweite Umsatz pro Mitarbeiter im Berichtszeitraum leicht zurück. Demgegenüber konnte der Umsatz pro Vollzeitstelle (Full Time Equivalent, FTE) bei der Deutschen Telekom in Deutschland auf einem Niveau von 221 000 Euro konstant gehalten werden.

Umsatz je Mitarbeiter pro FTE (Full Time Equivalent).
2008 bis 2011 in Tausend €.



* Hintergrund der Umsatzentwicklung ist, dass der internationale Umsatzdruck auf den Gesamtkonzern durchschlägt. Die Entwicklung in Deutschland ist fast konstant.

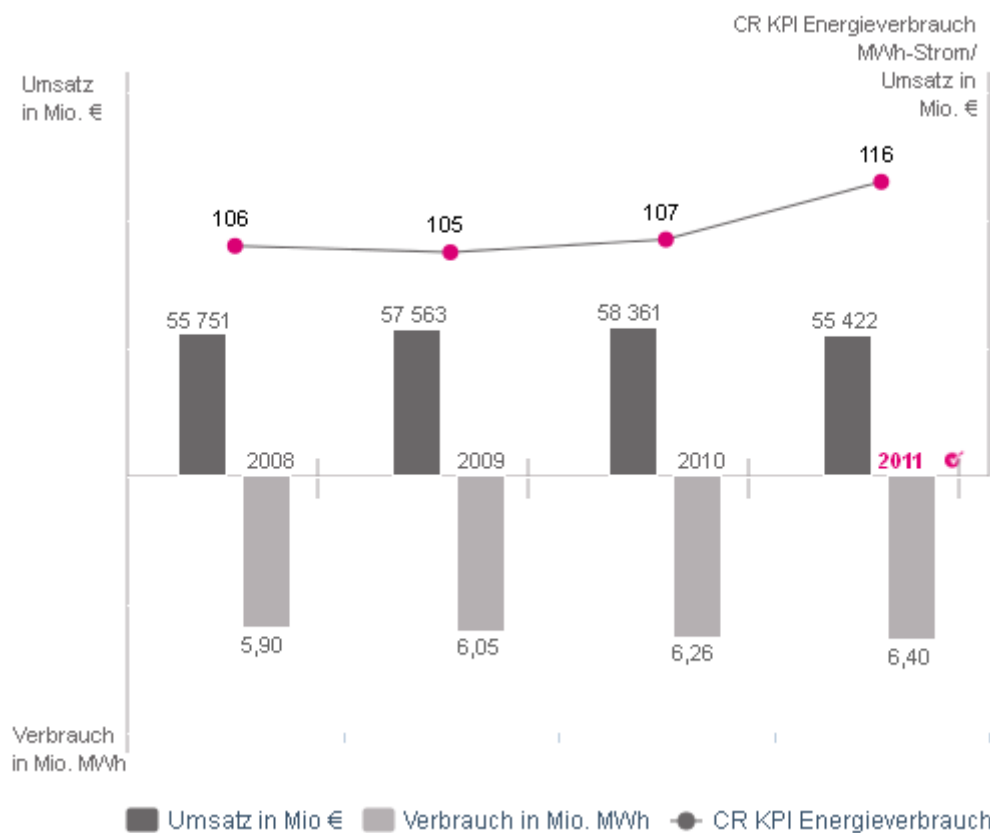
** 2009: Durch OTE-Akquisition überproportionale Zunahme Mitarbeiter international im Verhältnis zur Umsatzsteigerung

Energie.

CR KPI „Energieverbrauch“.

Die Deutsche Telekom erhebt den CR KPI „Energieverbrauch“ als sogenannten Monetary Power Efficiency Index (MPEI), bei dem die Verbrauchsentwicklung (in MWh) in Relation zum Umsatz (in Millionen Euro) gestellt wird. Sein Wert hat sich 2011 gegenüber dem Vorjahr um 8 Prozent leicht erhöht. Zwar ist der Stromverbrauch im Konzern nur um 2 Prozent gestiegen. Gleichzeitig sank jedoch der konsolidierte Außenumsatz der berichtenden Landesgesellschaften (94 Prozent des Konzernumsatzes) um 5 Prozent.

CR KPI „Energieverbrauch“ Deutsche Telekom Konzern.



🔍 Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkomentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

Gründe für den Anstieg waren unter anderem kontinuierlich wachsende Datenmengen sowie die Ausweitung der Datenbasis in einigen Landesgesellschaften wie beispielsweise T-Systems UK oder T-Systems Iberia. Mit unseren erheblichen Anstrengungen zur Energieeinsparung und zur Steigerung der Energieeffizienz konnten wir jedoch einen noch deutlicheren Anstieg des Energieverbrauchs verhindern. Der Konzernwert des CR KPI berechnet sich aus der Summe der Stromverbräuche der Berichtseinheiten im Verhältnis zum konsolidierten Außenumsatz dieser Berichtseinheiten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe unseres Stromverbrauchs als eine Quelle unseres indirekten Energieverbrauchs im Verhältnis zur Umsatzentwicklung im Berichtszeitraum decken wir den GRI-Indikator EN 4 (Indirekter Energieverbrauch) teilweise, die EFFAS-Kennzahlen E01-02 (Spezifischer Energieverbrauch) vollständig und E01-01 (Gesamtenergieverbrauch) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse),

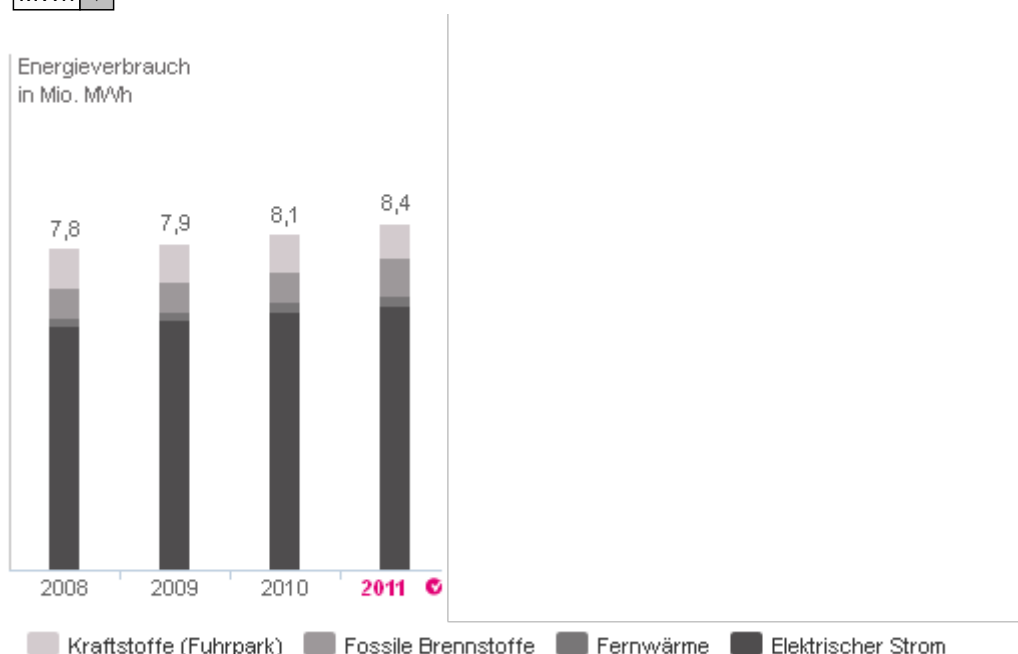
11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Gesamt-Energieverbrauch.

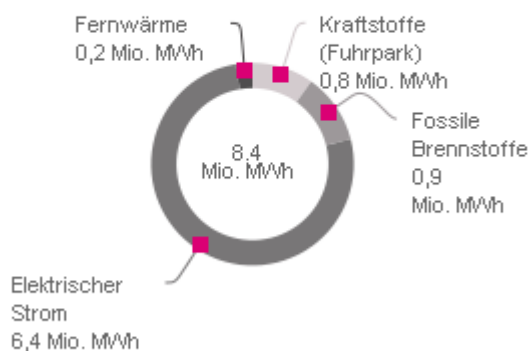
Insgesamt ist der Energieverbrauch gegenüber dem Vorjahr leicht um 3 Prozent angestiegen. Dies ist vor allem auf eine stärkere Nutzung von elektrischem Strom und fossilen Brennstoffen sowie veränderte Berechnungsgrundlagen in einigen Landesgesellschaften zurückzuführen. Gründe für den gestiegenen Stromverbrauch sind unter anderem die kontinuierlich wachsenden Datenmengen in unseren Netzen. Ursache für den Anstieg des Heizenergieverbrauchs (fossile Brennstoffe) war vor allem der längere und strenge Winter im Jahr 2011, der bei vielen Landesgesellschaften, beispielsweise bei T-Mobile USA, zu einem erhöhten Heizbedarf geführt hat. Detaillierte Kommentare siehe [Einzelgesellschaften im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich](#).

Gesamt-Energieverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

MWh ▼



Energieverbrauch 2011



☑ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkomentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

Dank erheblicher Anstrengungen zur Energieeinsparung konnte ein deutlicherer Anstieg des Energieverbrauchs jedoch verhindert werden. T-Systems Slovakia erreichte mit seinem „SaveEnergy“- Programm sogar eine deutliche Verbrauchsreduktion von rund 16 Prozent. Weiterhin konnte durch verbessertes Fahrverhalten und eine Reduktion der nachgefragten Fahrleistung der konzernweite Kraftstoffverbrauch des Fuhrparks um rund 9 Prozent gesenkt werden.

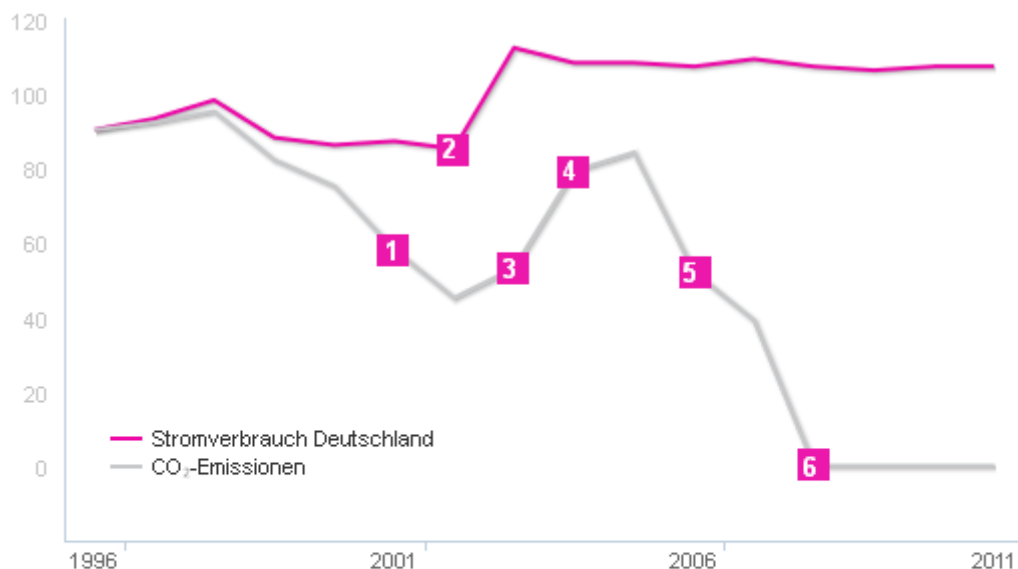
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe unseres Energieverbrauchs nach Primärenergiequellen decken wir die GRI-Indikatoren EN 3 (Direkter Energieverbrauch) und EN 4 (Indirekter Energieverbrauch) sowie die EFFAS-Kennzahl E01-01 (Energieverbrauch Gesamt) vollständig ab. Durch die Offenlegung des Energieverbrauchs des Fuhrparks wird weiterhin der GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen). Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Entkopplung Stromverbrauch und CO₂-Emissionen.

In Deutschland konnten die aus unserem Stromverbrauch resultierenden Emissionen, wie in den beiden Jahren zuvor, auf null reduziert werden. Auch 2011 deckten wir unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen. Für den Nachweis der aus indirekten Quellen bezogenen Mengen an erneuerbaren Energien erwarben wir RECS-Zertifikate (Renewable Energy Certificate System) wie in den Vorjahren in Höhe von circa 3 000 GWh.

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



- 1 Verstärker 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

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren EN 6 (Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien) und EN 18 (Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen) teilweise sowie die

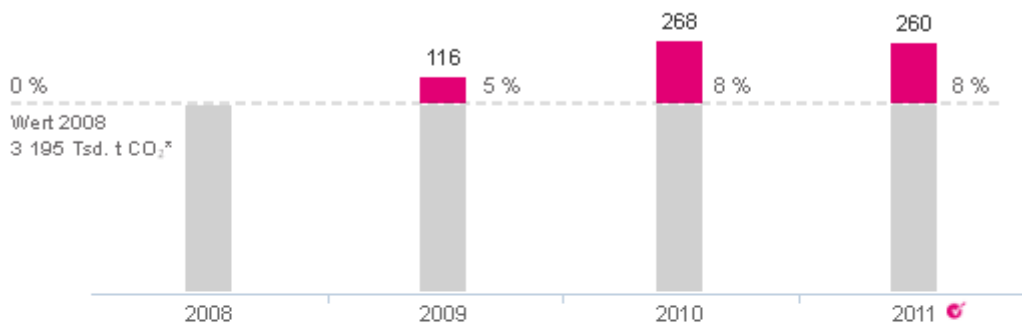
EFFAS-Kennzahl E16-05 (Verbrauch erneuerbarer Energien) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 3 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CO₂-Emissionen.

CR KPI „CO₂-Emissionen“.

Durch eine Reduktion der absoluten CO₂-Emissionen um 8 Tausend Tonnen konnte der CR KPI „CO₂-Emissionen“ gegenüber dem Vorjahr konstant auf 8 Prozent über dem Basiswert des Jahres 2008 (3 195 Tausend Tonnen CO₂) gehalten werden. Dazu trugen – neben den Programmen zur Energieeinsparung und zur Steigerung der Energieeffizienz im Stromverbrauch – deutliche Einsparungen im Kraftstoffverbrauch des Fuhrparks in Deutschland sowie ein leicht niedrigerer Emissionsfaktor für Strom in Deutschland bei.

CR KPI „CO₂-Emissionen“ Deutsche Telekom Konzern.



■ Veränderungen CO₂-Emissionen (Scope 1 & 2) bezogen auf das Basisjahr 2008. Berechnet werden die Emissionen in CO₂-Werten – auf Basis von Energie- und Kraftstoffverbrauch nach den Anforderungen des Greenhouse-Gas-Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency.

■ CO₂-Emissionen (Scope 1 & 2) 2008.

Berechnung unter Berücksichtigung von sachgerechten Schätzungen bzw. Hochrechnungen.

* Abweichend vom Geschäftsbericht hier korrigierte Darstellung des Basiswertes Deutsche Telekom Konzern i.H.v. ca. 3 195 Tsd. t.

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkomentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

Die Fortschrittmessung erfolgt im Rahmen einer umfassenden Klimaschutzstrategie der Deutschen Telekom AG. Die Emissionen werden auf Basis der verschiedenen Energie- und Kraftstoffverbräuche in CO₂-Werte umgerechnet. Dies erfolgt nach den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA) beziehungsweise der GHG Protocol Calculation Tools. Im Rahmen dieser Klimaschutzstrategie hat sich beispielsweise die Deutsche Telekom in Deutschland ein ambitioniertes Klimaziel gesetzt: Bis 2020 will sie ihre CO₂-Emissionen gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 um bis zu 30 Prozent reduzieren. Dies entspricht einer Reduktion von insgesamt über 40 Prozent gegenüber dem Ausstoß im Jahr 1995. Bitte beachten: Der Konzernwert 2008 beinhaltet auch den Einzelwert der damaligen Auslandsgesellschaft T-Mobile UK – die aber als einzelne Gesellschaft in dieser Darstellungsform aufgrund des veränderten Beteiligungsverhältnisses nicht mehr aufgeführt ist. In der Darstellung der Werte wurden RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate für CO₂-Emissionen aus dem Strombezug Deutschland nicht berücksichtigt.

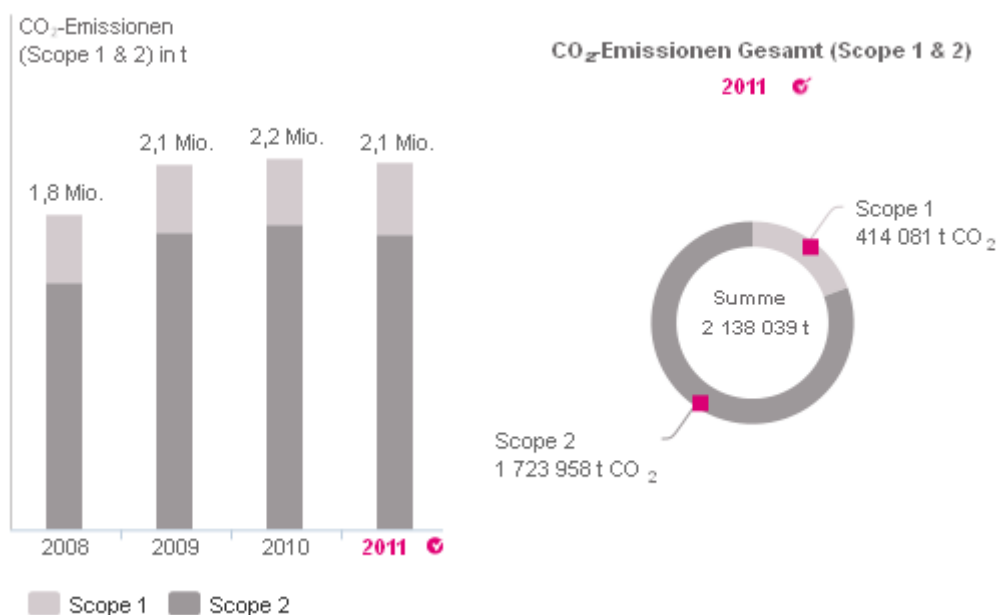
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Fortschrittsmessung durch den CR KPI "CO₂-Emissionen" legen wir unsere CO₂-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas Protocol zusammen mit unserem selbstgesetzten CO₂-Reduktionsziel offen und entsprechen so dem Kriterium 13 des deutschen Nachhaltigkeitskodex (Treibhausgasemissionen). Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator EN 16 (Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht) vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CO₂-Emissionen Gesamt (Scope 1 & 2).

Im Berichtszeitraum konnte konzernweit ein leichter Rückgang der Treibhausgasemissionen nach den GHG Scopes 1 und 2 erzielt werden. Hierbei machte sich vor allem der Rückgang der indirekten Scope-2-Emissionen bemerkbar, der rund 2 Prozent betrug. Dem entspricht die gleichfalls 2-prozentige Senkung jener Emissionen, die bei der Erzeugung des von uns konzernweit eingekauften Stroms anfallen. Im Rahmen unserer Klimaschutzstrategie strebt die Deutsche Telekom in Deutschland eine Reduktion der CO₂-Emissionen um bis zu 30 Prozent gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 bis 2020 an. Dies entspricht einer Reduktion von insgesamt über 40 Prozent gegenüber dem Ausstoß im Jahr 1995. Detaillierte Kommentare siehe Einzelgesellschaften im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich.

CO₂-Emissionen Gesamt (Scope 1 & 2) Deutsche Telekom Konzern.



☞ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkomentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA". Diesen Reduktionserfolgen steht eine Erhöhung der direkten Emissionen um rund 6 Prozent gegenüber, die sich aus dem gestiegenen Verbrauch fossiler Brennstoffe ergibt. Dieser Trend ist unter anderem den langen und strengen Wintern geschuldet, von denen einige Landesgesellschaften wie zum Beispiel T-Mobile USA betroffen waren. Die kraftstoffbedingten direkten Emissionen konnten indes durch eine Reduktion der Fahrleistung und verbessertes Nutzungsverhalten um rund 9 Prozent gesenkt werden.

Die Emissionen werden auf Basis der verschiedenen Energie- und Kraftstoffverbräuche in CO₂-Werten berechnet. Dies erfolgt nach den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA) beziehungsweise der GHG Protocol Calculation Tools. Der Gesamtwert setzt sich zusammen aus direkten (Scope 1) und indirekten Emissionen (Scope 2). Veränderungen ergeben sich aus den entsprechenden Veränderungen der Verbrauchswerte sowie aus

geänderten Emissionsfaktoren. Detailkommentare finden sich in den entsprechenden Aufschlüsselungen der direkten und indirekten Emissionen beziehungsweise der zugrundeliegenden Energie- und Kraftstoffverbräuche.

In Deutschland und den Niederlanden konnten die aus unserem Stromverbrauch resultierenden Emissionen, wie im Jahr zuvor, auf null reduziert werden. Auch 2011 deckten wir unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen. Für den Nachweis der aus indirekten Quellen bezogenen Mengen an erneuerbarer Energie erwarben wir RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate in Höhe von circa 3 000 GWh. Außerdem setzten wir zahlreiche energiesparende und effizienzsteigernde Maßnahmen um. Auch in anderen Ländern waren wir damit erfolgreich. So konnten 2011 mehr als die Hälfte der berichtenden Landesgesellschaften ihre Emissionen nach Scope 1 und 2 senken.

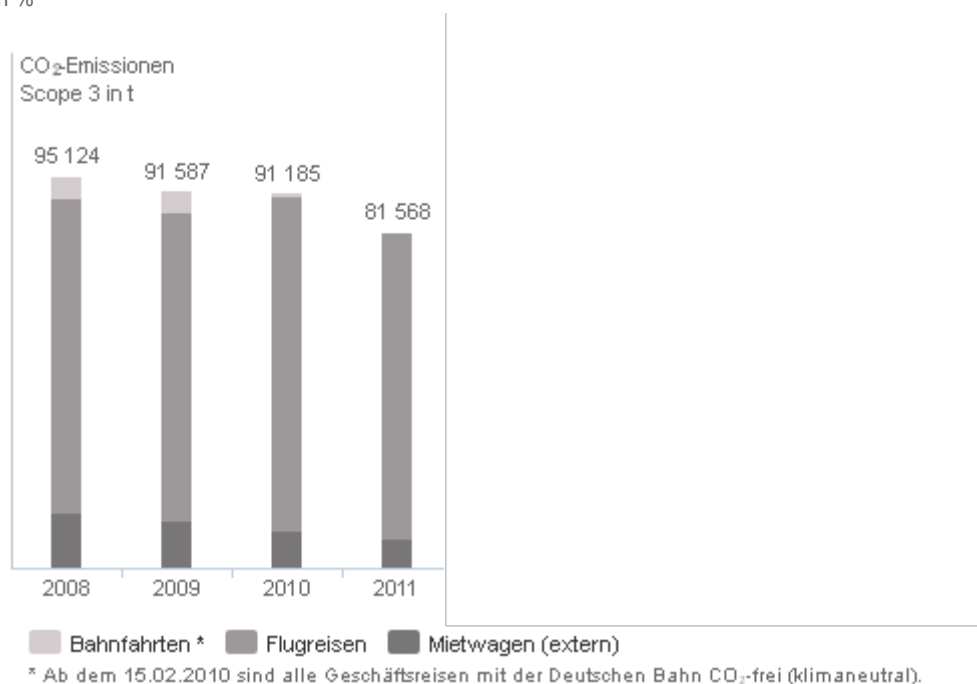
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe unserer direkten und indirekten CO₂-Emissionen (Scope 1 & 2) entsprechend dem Greenhouse Gas Protocol decken wir den GRI-Indikator EN 16 (Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht) vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Gesamte Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

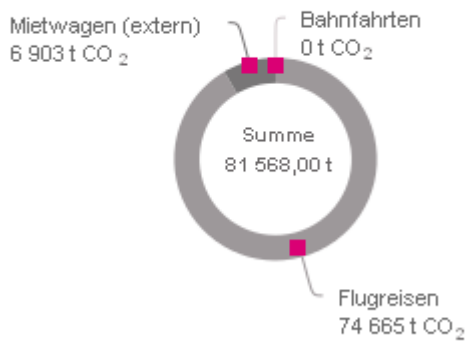
CO₂-Emissionen aus Geschäftsreisen (Scope 3 Emissionen).

Im Berichtszeitraum konnte die Deutsche Telekom eine deutliche Reduktion der Scope-3-Emissionen erzielen. Seit dem 15. Februar 2010 besteht eine Vereinbarung mit der Deutschen Bahn AG, durch die alle Bahnfahrten unserer Beschäftigten klimaneutral gestellt werden. Darüber hinaus konnten wir auch die Emissionen aus Flugreisen sowie externen Mietwagen deutlich reduzieren. Die Reduktion der Scope-3-Emissionen ist Teil der Klimaschutzstrategie der Deutschen Telekom, deren Ziel eine systematische Minimierung aller CO₂-Emissionen (Scope 1-3) ist.

CO₂-Emissionen aus Geschäftsreisen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland (Scope 3 Emissionen).
in %



**CO₂-Emissionen aus Geschäftsreisen
(Scope 3 Emissionen) 2011**



Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator EN 16 (Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht) sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Gesamte Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Mobilität.

Anzahl Fahrzeuge.

Die Gesamtzahl unserer Fahrzeuge ging gegenüber 2010 geringfügig um etwa 2 Prozent zurück. Hierzu trug die Telekom in Deutschland mit einer Reduktion ihres Fahrzeugbestands maßgeblich bei. Landesgesellschaften wie zum Beispiel T-Mobile Macedonia und T-HT Hrvatski Telekom führten außerdem eine Flottenoptimierung durch. Detailkommentare zu den Entwicklungen auf der Ebene der [Einzelgesellschaften finden Sie im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich](#).

Anzahl Fahrzeuge Deutsche Telekom Konzern.

	2008	2009	2010	2011
Anzahl Fahrzeuge Gesamt	51 322	44 130	46 837	45 735
Anzahl Diesel Fahrzeuge	0	36 114	38 108	37 478
Anzahl Benzin Fahrzeuge	0	7 374	8 294	7 958
Anzahl Alternative Fahrzeuge	0	642	435	299
Anzahl Geschäftsfahrzeuge	15 753	13 290	15 152	15 765
Anzahl Dienstfahrzeuge	35 569	30 840	31 685	29 970

Insgesamt ging der Anteil an Benzinfahrzeugen im Flottenbestand leicht zurück. So ersetzte beispielsweise die Deutsche Telekom in Deutschland Benzinfahrzeuge durch effizientere Dieselfahrzeuge. Im Hinblick auf den Klimaschutz setzte die Telekom ein Signal mit der Aufstockung ihrer elektrisch betriebenen Flotte auf 137 Fahrzeuge. Die Erdgasflotte hingegen verkleinerte sich gegenüber den Vorjahren deutlich, da wir mangels eines Angebots in den von uns benötigten Kategorien auf den Neuerwerb von Erdgasfahrzeugen verzichteten. Dessen ungeachtet versuchen wir laufend, die Umweltauswirkungen unseres Mobilitätsbedarfs zu verringern und auf dem Weg zu einer [klimaschonenden Mobilität](#) substanziell voranzukommen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Fahrleistung.

Im Zuge der Flottenoptimierung verschiedener Einzelgesellschaften wie zum Beispiel T-Mobile Macedonia und T-HT Hrvatski sowie dem rückläufigen Flottenbestand der Telekom in Deutschland ging auch die konzernweite Fahrleistung zurück. Sie lag 2011 um 7 Prozent unter dem Vergleichswert von 2010. Dieser Rückgang ist in erster Linie auf die reduzierte Fahrleistung der Telekom in Deutschland und T-Mobile Poland zurückzuführen. Auch veränderte Nutzungsanforderungen sowie ein [verbessertes Fahr- und Nutzungsverhalten](#) trugen zu dieser

Entwicklung bei. Detailkommentare zu den Entwicklungen auf der Ebene der [Einzelgesellschaften finden Sie im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich](#).

Fahrleistung Deutsche Telekom Konzern.

	2008 in Tsd. km	2009 in Tsd. km	2010 in Tsd. km	2011 in Tsd. km
Fahrleistung Gesamt	1 042 668	1 156 326	1 111 909	1 032 053
Fahrleistung Geschäftsfahrzeuge	387 924	522 005	488 131	458 709
Fahrleistung Dienstfahrzeuge	441 394	634 321	623 778	573 344
Fahrleistung Fahrzeuge mit Dieselmotorkraftstoff	1	995 105	946 706	872 539
Fahrleistung Fahrzeuge mit Benzinmotorkraftstoff	9 303	147 258	155 731	153 811
Fahrleistung Alternative Fahrzeuge	0	13 963	9 473	5 703

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Kraftstoffverbrauch.

In Verbindung mit der Flottenoptimierung verschiedener Einzelgesellschaften wie zum Beispiel T-Mobile Poland, T-Mobile Macedonia und T-HT Hrvatski sowie dem rückläufigen Flottenbestand sank auch der konzernweite Kraftstoffverbrauch 2011 um 9 Prozent. Dieser Rückgang ist in erster Linie auf den verringerten Kraftstoffverbrauch bei der Telekom in Deutschland und bei T-Mobile Poland zurückzuführen. Auch veränderte Nutzungsanforderungen sowie ein [verbessertes Fahr- und Nutzungsverhalten](#) trugen zu dieser Entwicklung bei. Anmerkungen zu den Entwicklungen auf der Ebene der [Einzelgesellschaften finden Sie im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich](#).

Kraftstoffverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

	2008 Liter	2009 Liter	2010 Liter	2011 Liter	
Kraftstoffverbrauch Gesamt	90 720 363	90 454 373	89 232 509	81 538 107	✓
Kraftstoffverbrauch Geschäftsfahrzeuge	29 761 238	39 066 125	36 256 203	33 561 000	✓
Kraftstoffverbrauch Dienstfahrzeuge	37 898 830	51 388 249	52 976 307	47 977 107	✓
Kraftstoffverbrauch Dieselfahrzeuge	14 358 127	72 174 860	69 927 828	62 515 049	✓
Kraftstoffverbrauch Benzinfahrzeuge	15 038 288	17 164 184	18 473 571	18 497 985	✓
Kraftstoffverbrauch Alternative Antriebe	6 035	1 115 329	831 110	525 073	✓

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkomentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen,

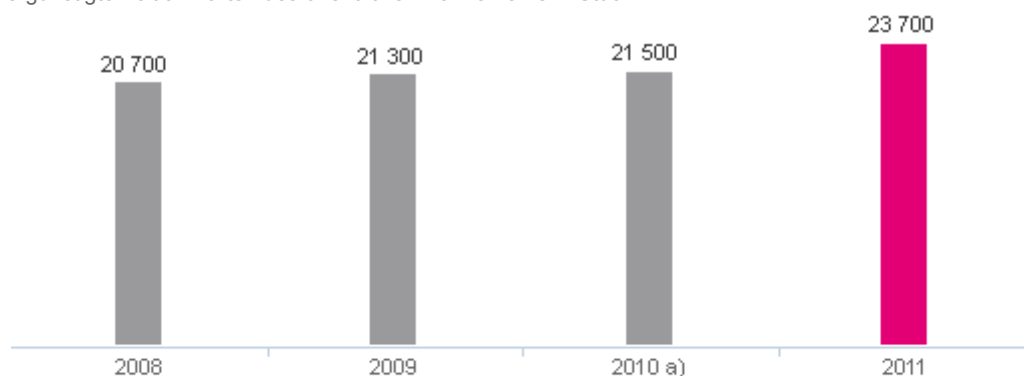
die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Jobticket.

Im Jahr 2011 nutzten rund 23 700 Beschäftigte des Telekom Konzerns in Deutschland für ihren Arbeitsweg das Jobticket – eine vergünstigte Zeitfahrkarte für den öffentlichen Nahverkehr. Gegenüber 2010 stieg damit die Zahl der Nutzer um 1 200.

Jobticket Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Vergünstigte Zeitfahrkarten des öffentlichen Nahverkehrs in Stück



Daten stammen zu 80% aus dem Online-Buchungstool für die Jobticketverwaltung. 20% der Daten werden von Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt.

a) Seit 2010 werden die Daten als Jahresdurchschnittswert erfasst. In den vorherigen Jahren wurde der Jahresendwert aufgeführt.

Wir bieten unseren Mitarbeitern an allen deutschen Telekom-Standorten in Verkehrsballungsräumen die Möglichkeit, ein regionales Jobticket zu erwerben. Das Angebot konnte im Jahr 2011 auf drei weitere Städte – Aachen, Magdeburg und Chemnitz – ausgeweitet werden. Zukünftig sollen auch unsere Mitarbeiter in Hamm, Erfurt, Trier und Kassel Jobticketangebote erhalten. Darüber hinaus planen wir, die Treibhausgasemissionen für die Fahrten mit dem öffentlichen Nahverkehr ab 2012 über Emissionszertifikate auszugleichen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

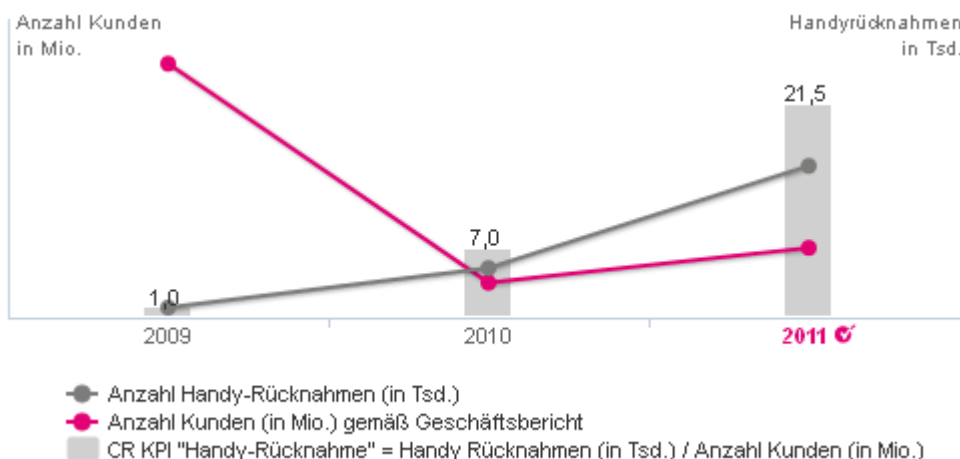
Durch unsere Angaben zur Nutzung des Jobtickets decken wir den GRI-Indikator EN 18 (Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen) sowie die EFFAS-Kennzahl V04-13 (Prozentsatz an Services zur Reduktion von Klimaauswirkungen) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 2 (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie), 10 (Innovations- und Produktmanagement) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen.

CR KPI „Handy-Rücknahme“.

Im Berichtszeitraum wurde im Rahmen des CR KPIs „Handy-Rücknahme“ ein großer Erfolg erzielt. Trotz einer fast konstanten Kundenzahl konnte die Anzahl der zurückgenommenen Handys fast verdreifacht werden. Der Wert stellt das Verhältnis aus Handyrücknahmen in Tausend zur Anzahl der Kunden in Millionen dar.

CR KPI „Handy-Rücknahme“ Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



📌 Daten durch PwC geprüft. Die Berechnung der zurückgenommenen Handys enthält Hochrechnungen.

Insgesamt hat die Telekom im Berichtsjahr rund 762 000 alte Mobiltelefone in Deutschland gesammelt. So trugen wir dazu bei, dass wertvolle Rohstoffe recycelt werden konnten. Für zurückgegebene Geräte, die noch funktionstüchtig waren, strebten wir eine Wiederverwendung an. Für die zurückgegebenen Geräte spendete die Telekom an gemeinnützige Organisationen. Durch die Handy-Sammelaktion zugunsten von BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“ stieg die Anzahl der zurückgenommenen Alt-Handys um mehr als 500 000 Geräte im Vergleich zum Jahr 2010.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

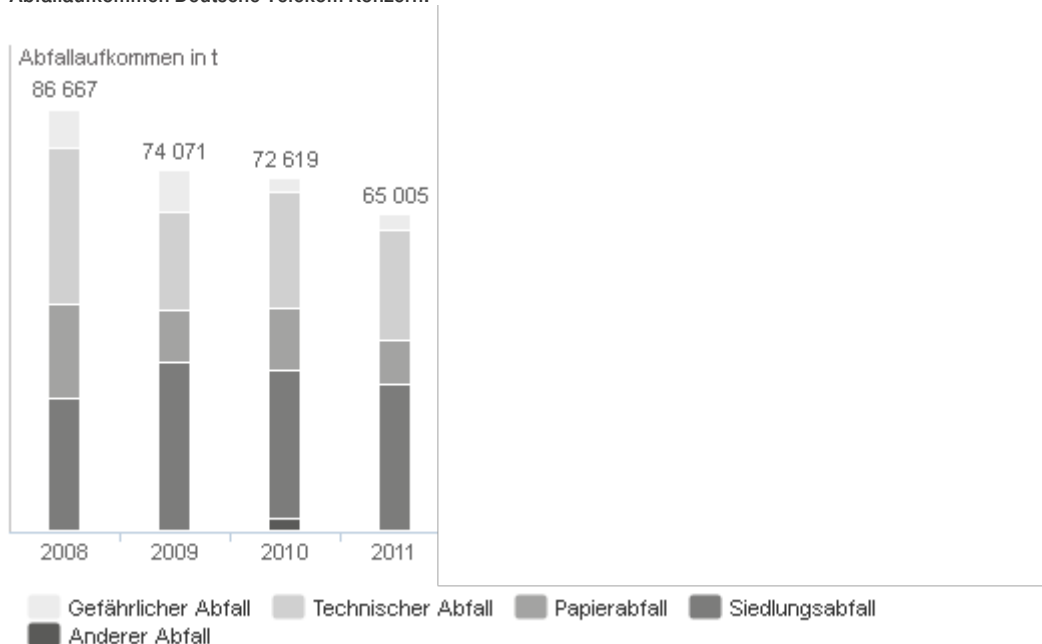
Mit der Angabe des CR KPI "Handy-Rücknahme" als Fortschrittsindikator für die ressourceneffiziente und umweltschonende Produktnutzung decken wir die GRI-Indikatoren EN 26 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen), PA 11 (Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung) und TA 1 (Beispiele von Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und Dienstleistungen) vollständig ab. Weiterhin wird durch die Angabe der GRI-Indikator EN 27 (Zurückgenommene Produkte und deren Verpackungen in Prozent) sowie die EFFAS-Kennzahl E14-01 (Recyclingquote) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 10 (Innovations- und Produktmanagement), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Abfallaufkommen.

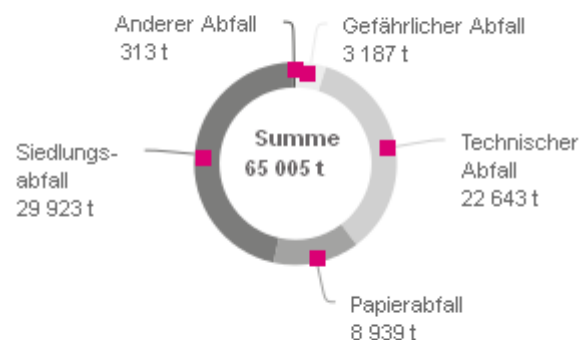
Im Berichtszeitraum ging die Abfallmenge konzernweit um rund 10 Prozent zurück. Wesentlich beigetragen zu dieser Entwicklung haben die Deutsche Telekom in Deutschland und T-Mobile USA, indem sie ihre Mengen an

Papiermüll sowie technischem und anderem Abfall deutlich reduzierten. So konnte die Menge des Papiermülls bei T-Mobile USA sogar um 90 Prozent verringert werden. Detaillierte Kommentare siehe [Einzelgesellschaften](#) im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich.

Abfallaufkommen Deutsche Telekom Konzern.



Abfallaufkommen 2011



Die konzernweit gesunkene Abfallmenge belegt die erfolgreiche Umsetzung einer unternehmensweiten Strategie zur Minimierung des Abfallaufkommens. Trotz punktueller Erhöhungen einzelner Abfallmengen – so stieg der konzernweite Anteil gefährlichen Abfalls um 8 Prozent – sind die Gesamtabfallaufkommen in nahezu allen Landesgesellschaften gesunken. Die verbliebenen Mengen wurden umweltgerecht entsorgt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

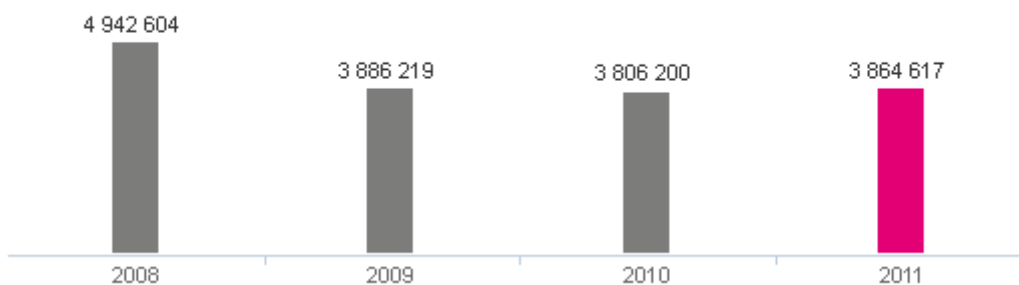
Mit der Angabe unseres Abfallaufkommens decken wir den GRI-Indikator EN 22 (Abfall nach Art und Entsorgungsmethode) sowie die EFFAS-Kennzahl E04-01 (Gesamter Müll in Tonnen) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Weitere ökologische Daten.

Wasserverbrauch.

Der konzernweite Wasserverbrauch hat im Berichtszeitraum um 2 Prozent leicht zugenommen. Diese Entwicklung ist im Wesentlichen auf die gewachsenen Verbrauchsmengen der Landesgesellschaft T-Mobile USA (ca. +30 Prozent) zurückzuführen – bedingt durch höhere Bewässerungsmengen aufgrund eines trockenen Sommers 2011. Die Entwicklung bei T-Mobile USA wird durch einen deutlichen Rückgang des Wasserverbrauchs bei der Deutschen Telekom in Deutschland sowie bei der OTE in Griechenland und T-Mobile Netherlands abgemildert. Die insgesamt niedrigen Verbrauchswerte für T-Systems Mexico, T-Systems Iberia und T-Systems UK stiegen aufgrund von einer erweiterten Datenerfassung sowie zum Teil durch Personalaufstockung. Detaillierte Kommentare siehe [Einzelgesellschaften im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich](#).

Wasserverbrauch Deutsche Telekom Konzern.
in m³



Erfolge in ihrem Wassermanagement berichten die Landesgesellschaften OTE und T-Systems Slovakia: OTE konnte durch die Beseitigung von Leckagen ihren Wasserverbrauch im Berichtszeitraum um 29.000 Liter senken. T-Systems Slovakia verringerte die Menge an verbrauchtem Wasser durch sein SaveWater-Programm gegenüber 2010 um 14 Prozent.

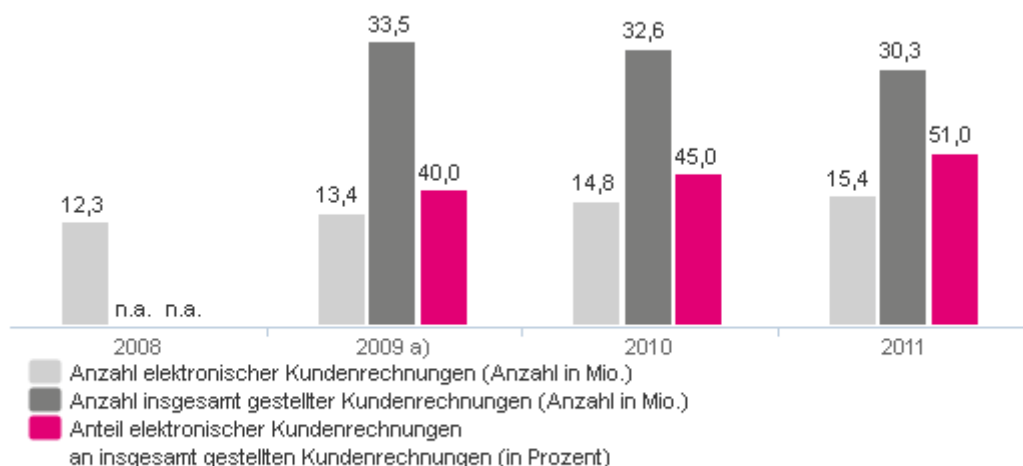
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe unseres Wasserverbrauchs decken wir den GRI-Indikator EN 8 (Gesamtwasserentnahme nach Quellen) sowie die EFFAS-Kennzahl E28-01 (Gesamtwasserkonsum) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Elektronische Kundenrechnungen.

2011 wurden mit 15,4 Millionen elektronischen Kundenrechnungen erstmalig mehr als 50 Prozent der Kundenrechnungen und Gutschriftserteilungen für Festnetz- wie Mobilfunk-Kunden elektronisch zugestellt. Ihr Anteil ist damit über die letzten vier Jahre kontinuierlich gestiegen.

Elektronische Kundenrechnungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



a) Zählweise bei T-Home in 2009 umgestellt

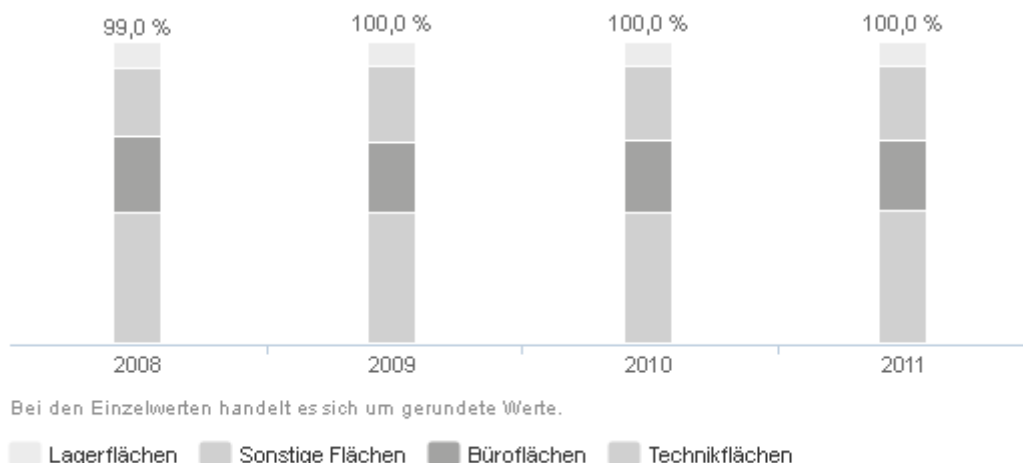
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch unsere Angaben zur Anzahl elektronisch übermittelter Kundenrechnungen decken wir die GRI-Indikatoren EN 26 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen) und TA 1 (Beispiele von Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen) vollständig sowie den GRI-Indikator EN 7 (Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs) und die EFFAS-Kennzahl V04-13 (Prozentsatz an Services zur Erhöhung der Öko-Effizienz der eigenen Produkte) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 2 (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie) und 10 (Innovations- und Produktmanagement) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

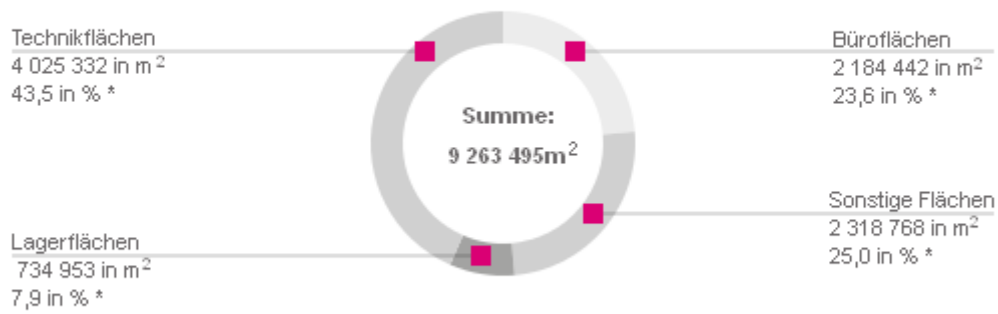
Flächennutzung.

Die von der Deutschen Telekom in Deutschland genutzten Grundstücke decken den wesentlichen Bedarf an Technik-, Büro- und Lager- sowie sonstigen Flächen. Mit insgesamt 9 153 607 Quadratmetern ist die Summe genutzter Flächen gegenüber 2010 leicht gesunken.

Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland. in %



Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



* Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

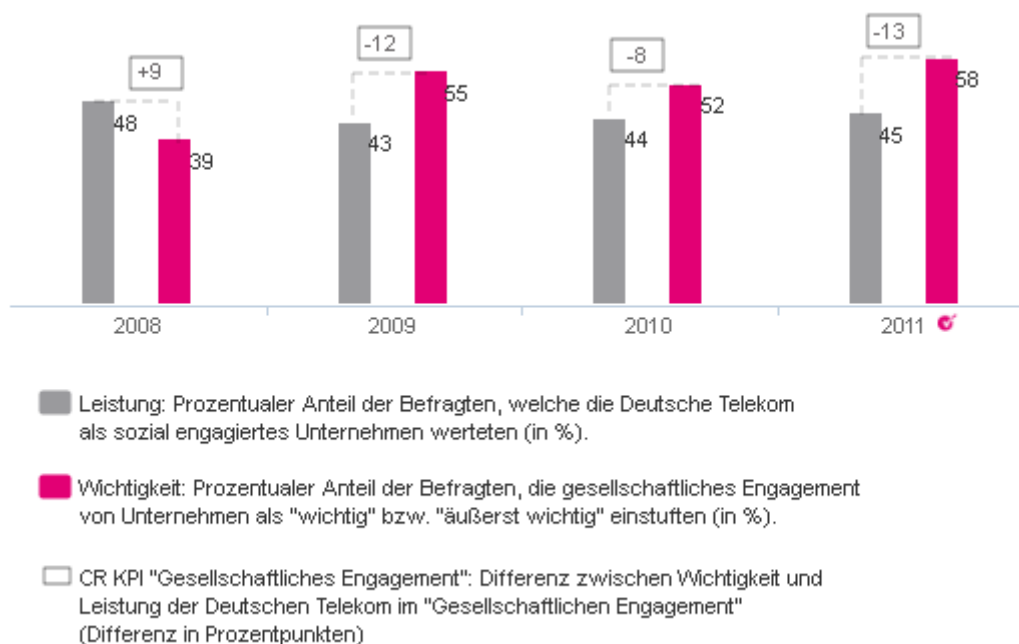
Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen). Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Gesellschaftliches Engagement.

CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“.

Der CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ stellt den Abstand zwischen der Einschätzung der Bedeutung des gesellschaftlichen Engagements und der Wahrnehmung der tatsächlichen Leistung der Deutschen Telekom in diesem Bereich dar. Diese Differenz hatte sich 2010 auf 8 Prozentpunkte verringert. Sie vergrößerte sich 2011 auf 13 Prozent, nachdem CR-Aktivitäten in der öffentlichen Wahrnehmung einen deutlich höheren Stellenwert bekamen.

CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Quelle: TNS Infratest: Telefonische Exklusivbefragung von 1 000 Personen in der deutschen Wohnbevölkerung im Oktober 2011

☑ Daten durch PwC geprüft. Daten stammen teilweise von externen Dienstleistern.

Der CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ kann rückwirkend seit 2008 dargestellt werden. Erfreulicherweise stieg die Außenwahrnehmung der gesellschaftlichen Aktivitäten der Telekom 2011 insgesamt um einen Prozentpunkt, bei der Befragung von „CR-Experten“ sogar deutlich stärker. Gleichzeitig nahm die Einschätzung der Bedeutung von sozialem Engagement in der Öffentlichkeit gegenüber dem Vorjahr von 52 auf 58 Prozent deutlich zu, was den Abstand zwischen Wichtigkeit und Leistung um 5 Prozentpunkte vergrößerte. Quelle: TNS Infratest. Telefonische Exklusivbefragung von 1.000 Personen aus der deutschen Wohnbevölkerung. Fragestellung zur Wichtigkeit: "Wie wichtig ist Ihnen, dass sich Unternehmen gesellschaftlich engagieren". Antwort "äußerst wichtig" oder "sehr wichtig". Fragestellung zur Performance: "Ich lese Ihnen (...) weitere Unternehmen vor (...) ob sich diese nach Ihrer Meinung (...) gesellschaftlich engagieren". Antwort "ja" für "Deutsche Telekom".

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Angabe des CR KPI "Gesellschaftliches Engagement" als Fortschrittsindikator für die Wirkung unseres gesellschaftlichen Engagements decken wir den GRI-Indikator SO 1 (Auswirkungen auf das Gemeinwesen) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 18 (Gemeinwesen) und 7 (Regeln und Prozesse)

des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

© 2012 Deutsche Telekom AG

Mitarbeiterzufriedenheit.

CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“

Mit dem CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“ ermitteln wir die Identifikation unserer Mitarbeiter mit dem Unternehmen sowie ihre Zufriedenheit mit unserem CR-Engagement. Die Messung findet auf Basis der alle zwei Jahre stattfindenden Mitarbeiterbefragungen in den Landesgesellschaften statt und dient der Definition von Zielvorgaben als Grundlage. 2010 fand die erste Messung statt, dementsprechend liegt für 2011 kein neuer Wert vor.

CR KPI "Mitarbeiterzufriedenheit CR" Deutsche Telekom Konzern.
Anteil der Antworten in den "Top 2" (in %)



Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Die Angabe ist relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte und Vielfalt) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit) und 6 (Beseitigung von Diskriminierung).

Puls-Check.

Auch 2011 konnten in der Pulsbefragung zur Mitarbeiterzufriedenheit sehr gute Werte erzielt werden. Es nahmen 121 000 Mitarbeiter aus 29 Ländern daran teil. In fast allen Kategorien lagen die Zustimmungswerte über 50 Prozent. Die Zufriedenheit mit unseren Produkten lag auch 2011 auf hohem Niveau: Rund 75 Prozent der befragten Mitarbeiter empfahlen unsere Produkte und Dienstleistungen in ihrem privaten Umfeld, bei der Telekom in Deutschland lag dieser Anteil sogar bei 78 Prozent.

Puls-Check mit sehr guten Ergebnissen.

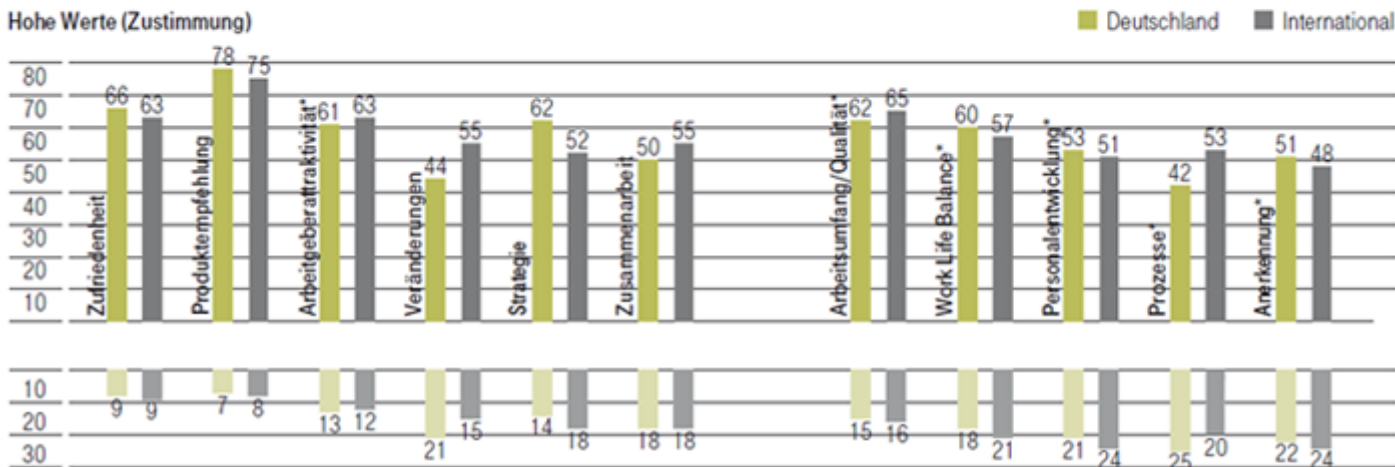
Ergebnisse konzernweite Pulsbefragung, November 2011, in Prozent.

Puls-Check mit sehr guten Ergebnissen.

Ergebnisse konzernweite Pulsbefragung, November 2011, in Prozent.

An der Pulsbefragung haben rund 121 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 29 Ländern teilgenommen. Eingeladen waren über 180 000, Rücklaufquote: 67 Prozent (zum Vergleich Mitarbeiterbefragung 2010: 71 Prozent).

Hohe Werte (Zustimmung)



Niedrige Werte (Ablehnung)



* Neues Element des Puls-Checks.

Beste Werte = hervorragend, gut / sehr einverstanden, einverstanden.

Niedrige Werte = schlecht, sehr schlecht / nicht einverstanden, überhaupt nicht einverstanden.

Teils-teils-Bewertungen nicht abgebildet.

Erläuterung zu den gestellten Fragen:

Zufriedenheit = Wie fühlen Sie sich in unserem Unternehmen?

Produktempfehlung = Ich empfehle die Produkte und/oder Dienstleistungen unseres Unternehmens gegenüber potenziellen Kunden in meinem privaten Umfeld weiter.

Arbeitgeberattraktivität = Ich würde unser Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber weiterempfehlen.

Veränderungen = Die Veränderungen in unserem Unternehmen sind für mich nachvollziehbar.

Strategie = Die Strategie der Deutschen Telekom kann ich anderen erklären.

Zusammenarbeit = Ich erlebe, dass wir innerhalb der Deutschen Telekom im Interesse des Konzern Erfolgs partnerschaftlich zusammenarbeiten.

Arbeitsumfang/Qualität = In meinem Team sind Arbeitspensum und Qualitätsanspruch miteinander vereinbar.

Work Life Balance = Meine derzeitigen Arbeitszeiten ermöglichen mir eine gute Balance zwischen privaten (Familie, Hobby) und beruflichen Interessen.

Entwicklung = Für meine berufliche Entwicklung gibt es in unserem Unternehmen ausreichend Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten.

Prozesse = Die vorhandenen Prozesse, IT-Tools und Arbeitsabläufe ermöglichen es mir, die Bedürfnisse meiner Kunden (intern und/oder extern) effektiv zu erfüllen.

Anerkennung = Wenn ich an all die erbrachten Leistungen und Anstrengungen denke, halte ich die erhaltene Anerkennung für angemessen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

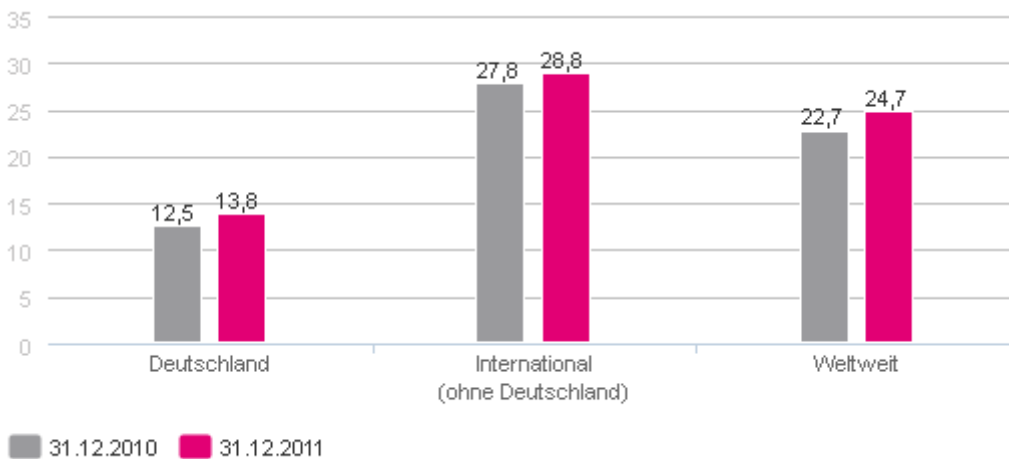
Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 14 (Arbeitnehmerrechte) und 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen) und 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Diversity & Altersvorsorge.

Frauen im Konzern.

Im Rahmen der Einführung einer Frauenquote konnte 2011 der Anteil von Frauen im mittleren und oberen Management sowohl in Deutschland als auch konzernweit erhöht werden. Bis Ende 2015 sollen 30 Prozent der oberen und mittleren Führungspositionen mit Frauen besetzt sein. Die Regelung gilt für alle Landesgesellschaften der Telekom.

Frauen im mittleren und oberen Management.
in %



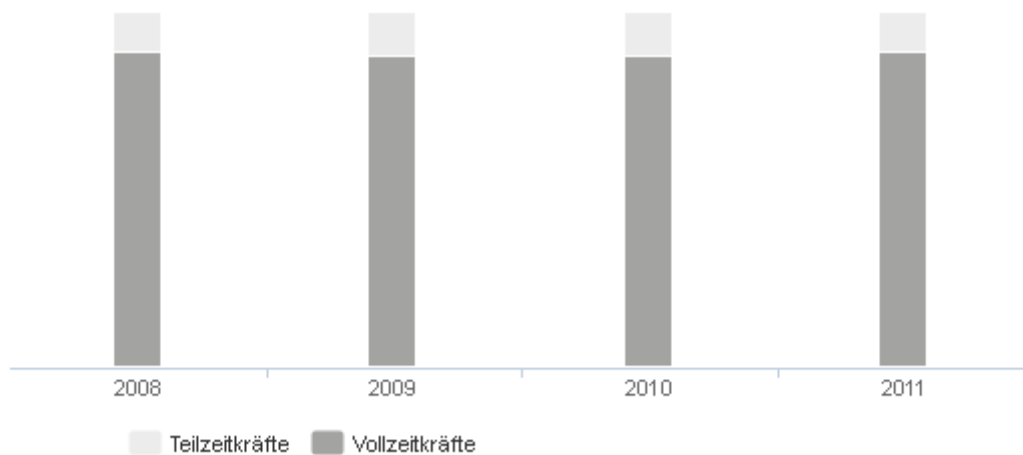
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe des Prozentsatzes von Frauen im mittleren und oberen Management decken wir den GRI-Indikator LA 13 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) und die EFFAS-Kennzahl S10-01 (prozentualer Frauenanteil an der gesamten Belegschaft) teilweise sowie die EFFAS-Kennzahl S10-02 (Anteil von Frauen in Führungspositionen) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Mitarbeiter in Teilzeit.

Wie im Vorjahr lag der Anteil der Beschäftigten in Teilzeit 2011 bei etwa 11 Prozent und blieb damit auch im Vierjahrestrend auf einem stabilen Niveau.

Anteil Mitarbeiter in Teilzeitbeschäftigung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.
in %



Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 14 (Arbeitnehmerrechte) und 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen) und 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Menschen mit Behinderung.

Die Förderung und Integration von Menschen mit Behinderungen ist uns ein wichtiges Anliegen. Der Anteil schwerbehinderter Beschäftigter lag 2011 mit 6,7 Prozent deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent. (Quelle: Personalbericht 2011, S. 56)

Menschen mit Behinderungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2009 in %	2010 in %	2011 in %
OS Deutschland	6,3	6,6	6,7
T-Systems	3,6	3,7	3,8
Konzernzentrale und Shared Services	7,7	7,9	8,1
Konzern gesamt in Deutschland	6,0	6,2	6,3

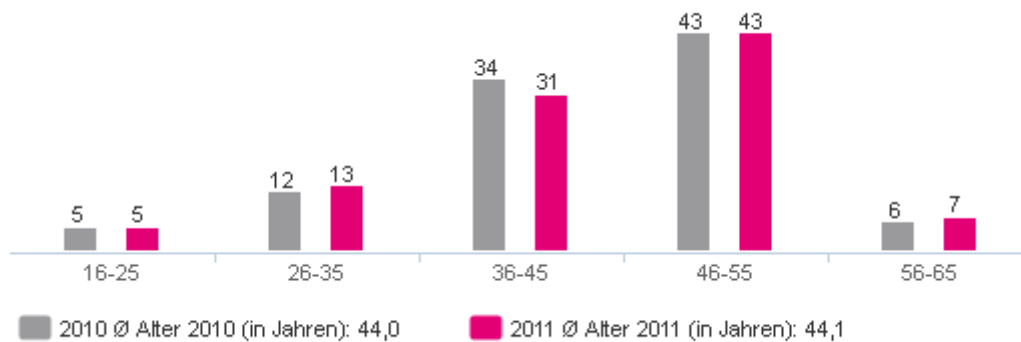
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe ist der GRI-Indikator LA 13 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Altersstruktur.

Die Altersstruktur der Telekom in Deutschland ist 2011 gegenüber dem Vorjahr im Wesentlichen unverändert geblieben. Der Großteil unserer Beschäftigten gehört der Altersgruppe der 46- bis 55-Jährigen an. Einen leichten Rückgang verzeichneten wir in der Altersgruppe zwischen 36 und 45. Dort sank der Anteil der Beschäftigten von 34 auf 31 Prozent.

Altersstruktur Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.
Vergleich 2010/2011 in %



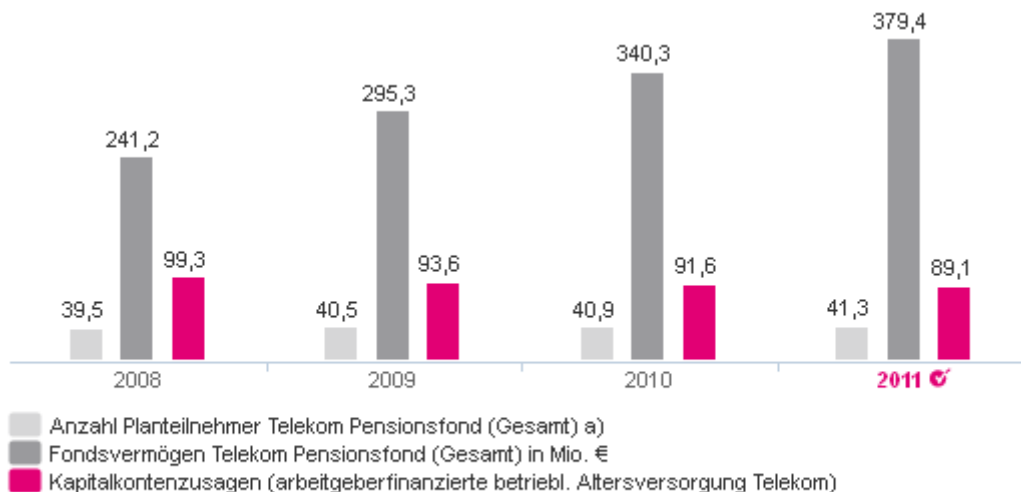
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe ist der GRI-Indikator LA 13 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) teilweise sowie die EFFAS-Kennzahl S03-01 (Altersverteilung der Belegschaft) vollständig abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Betriebliche Altersvorsorge.

Der Anstieg im Fondsvermögen ist (wie bereits in den Vorjahren) durch die Beitragszahlungen der zunehmenden Anzahl von Planteilnehmern begründet. Da sich die überwiegende Mehrheit der Planteilnehmer des Pensionsplans 2001 noch im aktiven Zeitraum, das heißt in der Phase des Aufbaus ihrer Altersversorgung befindet, wird der Anstieg auch in den nächsten Jahren anhalten.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



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

✓ Geprüft durch PwC: nur Anzahl Planteilnehmer Telekom Pensionsfond und Fondsvermögen Telekom Pensionsfond.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

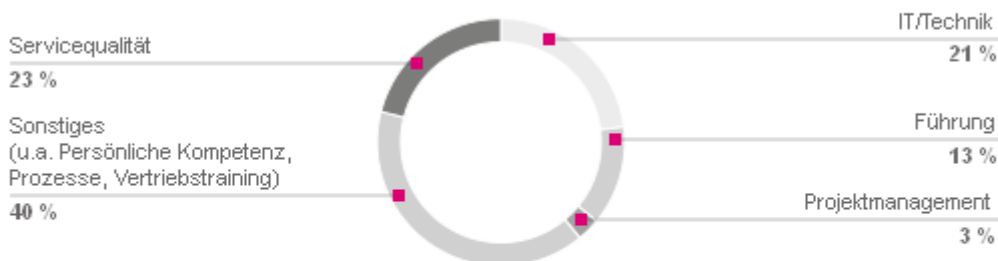
Durch die Angabe wird der GRI-Indikator EC 3 (Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen) vollständig abgedeckt.

Aus- & Weiterbildung.

Weiterbildung Telekom Training.

2011 wurden im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen der Deutschen Telekom in Deutschland 40 965 Seminare mit 284 044 Teilnehmern durchgeführt. Entsprechend der absolvierten Teilnehmertage entfielen im Berichtszeitraum durchschnittlich sechs Qualifizierungstage auf jeden Mitarbeiter.

Weiterbildung Telekom Training Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Seminare: 40 965
 Teilnehmer: 284 044 {jeder MA Ø zwei Teilnahmen}
 Teilnehmertage: 734 237
 Ø Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer: 2,6 ; je Mitarbeiter: 6,0
 Anzahl durchgeführter webbasierter Trainings (Content Usages auf interner E-Learning-Plattform): 813 235

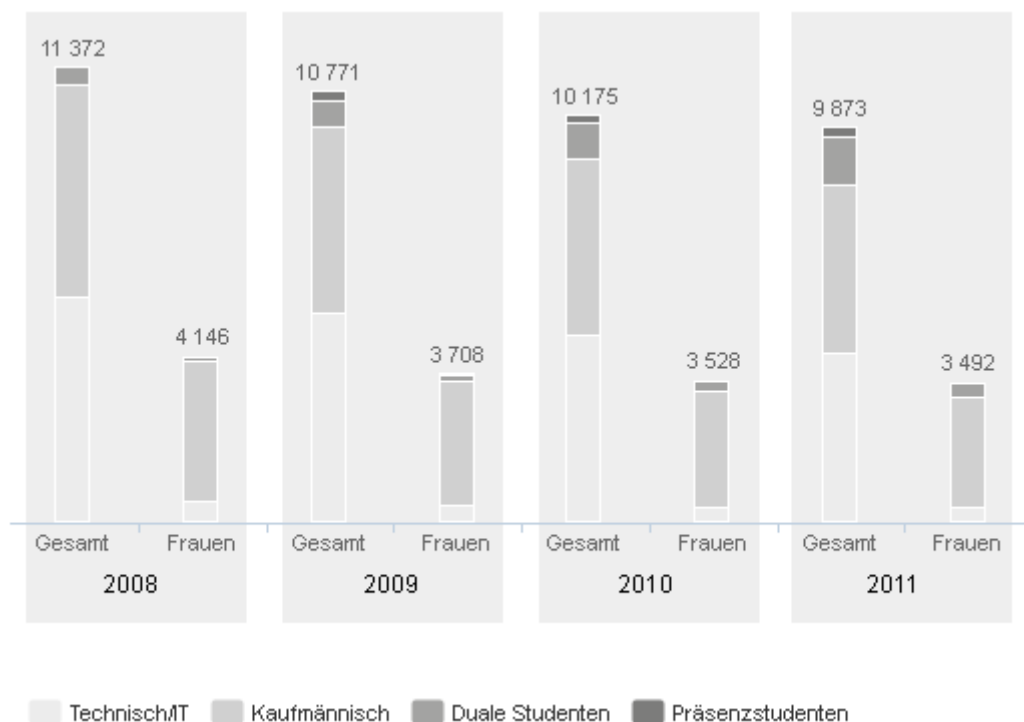
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren LA 10 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) und LA 11 (lebenslanges Lernen) sowie die EFFAS-Kennzahl S02-02 (Aufwendungen für Weiterbildung pro Mitarbeiter) teilweise ab. Weiterhin entsprechen wir durch die Angabe dem Kriterium 16 (Weiterbildung und Beschäftigungsfähigkeit) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Auszubildende und Berufsfelder.

Die Zahl der Auszubildenden (einschließlich Studenten) ging 2011 von 10 175 im Vorjahr auf 9 873 leicht zurück. Bei den weiblichen Auszubildenden sank sie von 3 528 auf 3 492.

Auszubildende und Berufsfelder Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.
 Gesamt und Anteil Frauen, Konzern Deutsche Telekom in Deutschland.



Beispiel kaufmännische Berufe: Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute im Einzelhandel bzw. für Dialogmarketing, Industriekaufleute
 Beispiel duale Studiengänge: Bachelor in Business Administration, Telekommunikationsinformatik, Wirtschaftsinformatik

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator LA 10 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) teilweise ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Mitarbeitergesundheit.

Gesundheitsquote.

Die Gesundheitsquote der Telekom in Deutschland blieb im Jahresverlauf mit circa 94 Prozent auf hohem Niveau konstant.

Gesundheitsquote Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2009 in %	2010 in %	31.12.2011 in %
OS Deutschland	93,3	93,4	93,5
OS Europa	97,4	97,8	97,7
T-Systems	96,4	96,5	96,2
Konzernzentrale und Shared Services	94,0	94,3	93,8
Konzern gesamt	94,0	94,2	94,1

Die Deutsche Telekom hat im Gesundheits-, Arbeits- und Umweltschutz ein hohes Niveau erreicht. Das bestätigen Auszeichnungen wie der „Corporate Health Award 2010“ ebenso wie die im Jahr 2011 erfolgten Zertifizierungen von Unternehmensbereichen, die für das konzernweite, internationale Health, Safety & Environmental Managementsystem verantwortlich sind. Um die Führungskräfte über ihre Aufgabe im Arbeits- und Gesundheitsschutz besser zu informieren und ihnen ihre Verantwortung aufzuzeigen, haben wir im Jahr 2011 unter anderem webbasierte Trainingsprogramme entwickelt. Dem gleichen Zweck dient auch die Kommunikationskampagne „Gesundheit für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter“. Die Kampagne wird sich 2012 ganzjährig den Schwerpunktthemen Sport / Fitness, Ernährung und psychische Gesundheit zuwenden.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

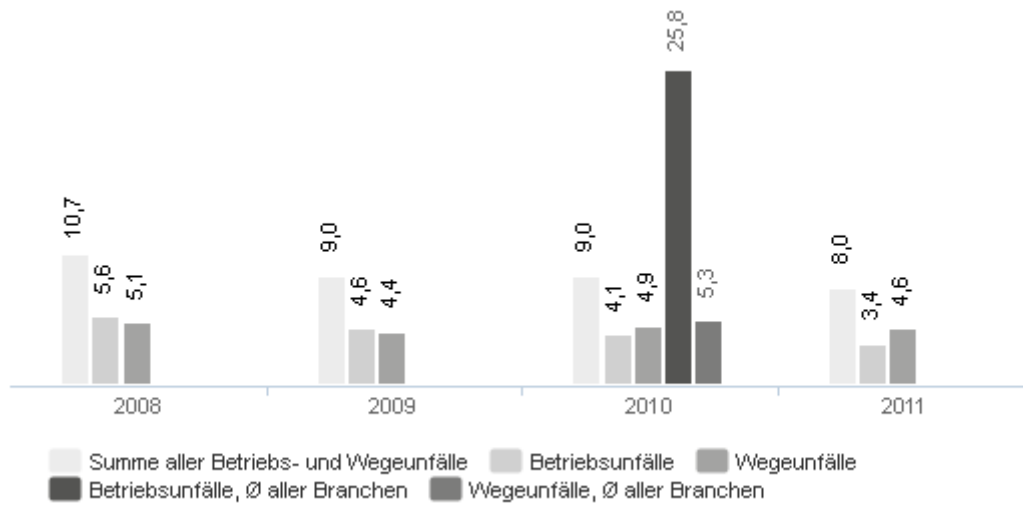
In Verbindung mit der Angabe der Arbeitsunfälle deckt die Angabe zur Gesundheitsquote den GRI-Indikator LA 7 (Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Arbeitsunfälle.

Gegenüber dem Vorjahr konnte die Quote aller Betriebs- und Wegeunfälle von neun auf acht Unfälle pro 1 000 Mitarbeiter gesenkt werden. Erfreulicherweise kam es im Berichtszeitraum zu keinem tödlichen Unfall.

Arbeitsunfälle.

Anzahl je Tausend Mitarbeiter.



In den bisher veröffentlichten Statistiken sind die Unfälle aus dem Jahr 2011 noch nicht erfasst.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

In Verbindung mit der Angabe der Arbeitsunfälle deckt die Angabe zur Gesundheitsquote den GRI-Indikator LA 7 (Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Mitarbeiterzahlen.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen weltweit.

Auch 2011 ging die Mitarbeiterzahl gegenüber den Vorjahren weiter zurück. Grund für den Personalabbau war der hohe Wettbewerbsdruck sowie negative Auswirkungen volkswirtschaftlicher Krisen wie zum Beispiel in Griechenland auf einige Landesgesellschaften. In Ausübung unserer Verantwortung als Arbeitgeber haben wir in unseren Entscheidungen einen sozialverträglichen Personalumbau präferiert. Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht.

Entwicklung der Mitarbeiterzahlen weltweit.

Nach Geschäftsfeldern und Regionen, jeweils zum 31.12.

	2008	2009	2010	2011
OS Deutschland	85 637	81 336	76 478	75 058
OS Europa	18 255	17 631	12 108	58 010 *
SEE	20 885	53 532	51 230	*
T-Systems	45 862	46 021	47 707	48 163
USA	38 031	40 697	37 760	32 868
Konzernzentrale und Shared Services	19 077	20 703	21 494	21 033
Konzern gesamt	227 747	259 920	246 777	235 132
*ab 2011 Europa inkl. SEE				

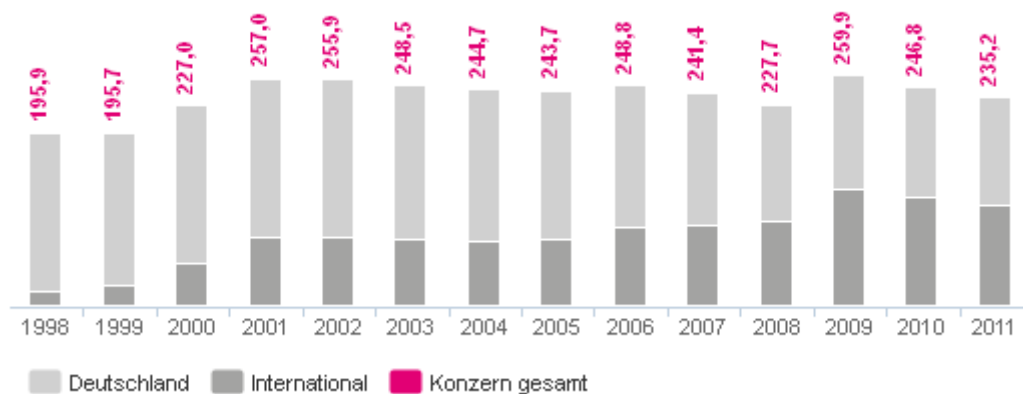
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur weltweiten Entwicklung der Mitarbeiterzahlen die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab. Weiterhin wird die EFFAS-Kennzahl S01-01 (ausscheidende Mitarbeiter) teilweise abgedeckt.

Belegschaft Deutsche Telekom 1998 bis 2011.

Die konzernweiten Mitarbeiterzahlen 2011 lagen niedriger als in den beiden Vorjahren.

Belegschaft Deutsche Telekom 1998 bis 2011.
in Tausend FTE, jeweils zum 31.12



Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zu den Mitarbeitern im Konzern deutschlandweit beziehungsweise international die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab. Weiterhin wird die EFFAS-Kennzahl S01-01 (ausscheidende Mitarbeiter) teilweise abgedeckt.

Anteil Beamte Konzernbelegschaft.

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Mitarbeiterentwicklung hat sich 2011 auch die Zahl der Beamten in Deutschland von 43 977 im Vorjahr auf 40 828 Vollzeitstellen verringert.

Anteil Beamte Konzernbelegschaft Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2008	2009	2010	31.12.2011
Aktive Beamte	32 113	29 188	25 570	23 516
In sich beurlaubte Beamte (ISB)*	3 033	6 597	1 678	1 537
Beamte in Beteiligungsgesellschaften (BTG)	17 610	13 267	16 729	15 774
Summe Beamte	52 756	49 052	43 977	40 828**
Arbeitnehmer Deutschland	78 957	78 435	79 197	80 736
Summe Beschäftigte Deutschland	131 713	127 487	123 174	121 564
Beamtenanteil Deutschland in %	40,1	38,5	35,7	33,6
* Beamte, deren Beamtenverhältnis ruht. Sie sind vorübergehend in ein außertarifliches Angestelltenverhältnis gewechselt.				
** Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauerer Detailangaben. Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen.				

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

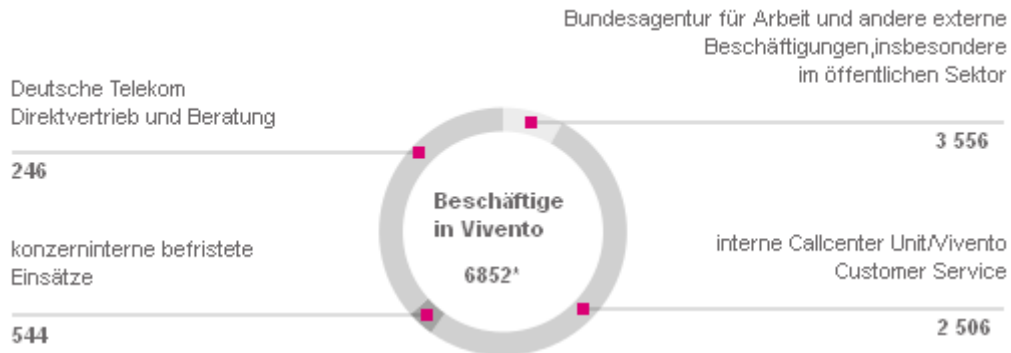
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zum Anteil von Beamten an der Konzernbelegschaft die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.

Mitarbeiter Vivento.

Die Beschäftigtenzahl von Vivento hat sich mit 6 853 gegenüber einem Vorjahreswert von 6 850 kaum verändert. Insgesamt konnten 770 Mitarbeiter eine neue Beschäftigung finden. Unser Ziel ist es, 2012 weiteren 560 Mitarbeitern den Weg in eine neue Beschäftigung zu ermöglichen. (Quelle: Personalbericht 2011, S. 33)

Vivento Mitarbeiterzahlen.

inkl. Geschäftsmodelle und Projekte, Stand: 31. Dezember 2011.



Stammkräfte und Betreuungspersonal inkl. Vivento Customer Service: 742

Anzahl der Mitarbeiter, die 2011 über Vivento eine neue Beschäftigung gefunden haben: 770

Anzahl der Mitarbeiter, die 2012 über Vivento eine neue Beschäftigung finden sollen: 560

Zugänge Mitarbeiter zu Vivento seit Gründung: 48 510

Vivento verlassen seit Gründung: 39 988

* Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauer Detailangaben.
Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur Zahl der Mitarbeiter bei Vivento die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.

Instrumente zum sozialverträglichen Personalumbau.

In Teilunternehmen der Telekom haben wir 2011 unsere Anstrengungen für einen sozialverträglichen Personalumbau fortgesetzt. Dabei nutzten wir weltweit bewährte Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden aus dem Unternehmen. Dazu zählen in Deutschland insbesondere der vorzeitige Ruhestand für Beamte und die im Herbst 2011 neu aufgelegten Regelungen zur Altersteilzeit für Arbeitnehmer, außertarifliche Angestellte und leitende Angestellte, deren Leistungen deutlich über den gesetzlichen Standards liegen. (Quelle: Personalbericht 2011, S. 32)

Instrumente zum sozialverträglichen Personalumbau Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2008	2009	2010	31.12.2011
Vorruhestand Beamte	2 779	2 788	3 947	2 564
Vorruhestand Arbeitnehmer	218	468	121	0
Abfindungen	3 252	2 192	2 227	709
Altersteilzeit (Beginn Ruhephase)	1 672	643	846	959
Weitere sozialverträgliche Instrumente	117	132	782	163

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 6 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Ideenmanagement.

genial@telekom. Ideenmanagement.

Im Jahr 2011 wurden über die in den Vorjahren eingeführte Ideenplattform genial@telekom 10 831 Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitern eingereicht. Die damit erzielten Einsparungen beliefen sich auf 116 Millionen Euro. Zudem wurden im Berichtszeitraum 244 Patente angemeldet.

genial@telekom. Ideenmanagement.

	2008	2009	2010	2011
Verbesserungsvorschläge	7 295	5 592	10 498	10 831
Einsparungen in Mio. €	141	122	136	116

Die Zahl der Patentanmeldungen belief sich 2011 auf 244.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch das Ideenmanagement genial@telekom wird die Beteiligung der Mitarbeiter gefördert, die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Bestand an Schutzrechten.

Der Bestand an Schutzrechten wurde über die letzten vier Jahre kontinuierlich erhöht und belief sich 2011 auf über 7 500.

Bestand an Schutzrechten Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2008	2009	2010	2011
Schutzrechte	6 328	6 881	7 434	>7 500

Zu den Gesamtschutzrechten zählen Erfindungen, Patentanmeldungen, Patente, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster. Letztere verleihen ihrem Inhaber die ausschließliche Befugnis zur Benutzung einer ästhetischen Gestaltungsform (Design, Farbe und Form). Der Bestand wird regelmäßig überprüft und um nicht mehr relevante Schutzrechte bereinigt. Gezielt managen wir diese Schutzrechte unter Kosten-Nutzen-Aspekten. (Datenquelle: Konzernlagebericht 2011, S. 121)

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe wird sowohl den GRI-Indikator TA 5 (Praktiken in Bezug auf Urheberrechte) als auch die EFFAS-Kennzahlen V04-05 (Anzahl der während der letzten 12 Monate angemeldeten Patente) und V04-06 (prozentualer Anteil der in den letzten 12 Monaten angemeldeten Patente am Gesamtbestand von Patenten) teilweise abgedeckt.

