

CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2013.



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

INHALTSVERZEICHNIS.

5	ÜBER DIESEN BERICHT.
7	STATEMENT DES VORSTANDSVORSITZENDEN.
8	KONZERNPORTRÄT.
9	AUSZEICHNUNGEN.
11	PRÜFBESCHEINIGUNG.
14	BENUTZERHILFE.
16	STRATEGIE & MANAGEMENT.
17	VISION.
18	WERTE UND LEITLINIEN.
21	CR-STRATEGIE.
22	Handlungsfelder.
23	CR Key Performance Indikatoren.
24	Internationalisierung.
25	CR GOVERNANCE.
27	FINANZEN.
29	CR-PROGRAMM.
39	STAKEHOLDER MANAGEMENT.
40	Stakeholder-Erwartungen.
42	Ergebnisse des Materiality-Prozesses.
44	Formate der Einbeziehung.
49	COMPLIANCE.
52	RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT.
53	DATENSCHUTZ.
54	POLITISCHE INTERESSENSVERTRETUNG.
56	REGIONALE WERTSCHÖPFUNG.
57	LANDESGESELLSCHAFTEN.
81	NETZE.
82	NETZ- & INFRASTRUKTURAUSBAU.
87	CYBER SECURITY.
89	MOBILFUNK UND GESUNDHEIT (EMF).

91 KUNDEN.

- 92 NACHHALTIGE PRODUKTE & DIENSTE.
- 94 Innovationen aus den Wachstumsfeldern.
- 97 Nachhaltige ICT-Lösungen.
- 101 Nachhaltigkeitskommunikation.
- 102 KUNDENSICHERHEIT/ KUNDENZUFRIEDENHEIT.
- 103 Verbraucher- und Jugendschutz.
- 107 Kundenbeziehungsmanagement.

108 GESELLSCHAFT.

- 109 ENGAGEMENT@TELEKOM.
- 116 BILDUNGSENGAGEMENT.
- 118 Medienkompetenz.
- 120 Engagement in Aus- & Weiterbildung.
- 122 Gründerförderung & Stipendienprogramme.
- 124 KULTUR- & SPORTSPONSORING.

126 BESCHÄFTIGTE.**127 LIEFERANTEN.**

- 128 STRATEGIE ZUR NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF.
- 130 LIEFERANTENMANAGEMENT.
- 132 Auditergebnisse 2013.
- 134 RESSOURCENKNAPPHEIT UND ROHSTOFFGEWINNUNG.

135 KLIMA & UMWELT.

- 136 KLIMASCHUTZSTRATEGIE.
- 138 KLIMASCHUTZMASSNAHMEN.
- 140 Energieeffizienz im Netz.
- 144 Weitere Handlungsfelder.
- 147 Foto-Aktion „Beitrag zum Klimaschutz“.
- 148 RESSOURCENEFFIZIENZ.

151 KENNZAHLEN.

152 ÖKONOMISCHE KENNZAHLEN

152 Nachhaltiges Investment.

154 Lieferanten.

156 Finanzielle Kennzahlen.

159 ÖKOLOGISCHE KENNZAHLEN

159 Energie.

162 CO₂-Emissionen.

166 Mobilität.

169 Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen.

171 Weitere ökologische Daten.

174 SOZIALE KENNZAHLEN

174 Gesellschaftliches Engagement.

176 Mitarbeiterzufriedenheit.

178 Diversity & Altersvorsorge.

182 Aus- & Weiterbildung.

184 Mitarbeitergesundheit.

186 Mitarbeiterzahlen.

191 Ideenmanagement.

192 IMPRESSUM**193 HAFTUNGSAUSSCHLUSS**

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 sechsten Mal in Folge, da er Ausdruck für ein dauerhaftes Bekenntnis zu CR bei der Telekom ist. Wir möchten als verantwortungsvolles Unternehmen eine führende Rolle in unserer Branche einnehmen. Hierbei dient uns der CR-Bericht als zentrales Kommunikationsmedium: Wir legen unseren internen als auch externen Anspruchsgruppen offen, welche Fortschritte wir zwischen März 2013 und Februar 2014 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 2013 stellen wir unter anderem im Geschäftsbericht, im Personalbericht und im Datenschutzbericht Informationen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zur Verfügung. Unter der Überschrift „Verantwortung“ berichten wir im Internet-Auftritt des Telekom-Konzerns über dessen aktuelle Aktivitäten 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 Profildaten im CR-Bericht 2013 zugänglich.

BERICHTSZEITRAUM, GELTUNGSBEREICH UND ZIELGRUPPEN.

Als Konzernbericht schließt der CR-Bericht 2013 viele Landesgesellschaften ein, an denen die Telekom mehrheitlich beteiligt ist. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet. Der vorliegende Bericht knüpft an den CR-Bericht 2012 an. Der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen erstreckt sich vom 1. März 2013 bis zum 28. Februar 2014. Alle quantitativen Daten und Kennzahlen beziehen sich auf das Kalenderjahr 2013.

Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet. Mit dem vorliegenden CR-Bericht wenden wir uns an unsere Stakeholder. Dazu gehören Analysten und Investoren, CR-Ranking- und Ratingagenturen sowie Nichtregierungsorganisationen, aber auch alle übrigen Interessengruppen, wie beispielsweise Kunden, Beschäftigte, Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Bildung oder Politik.

IM RÜCKBLICK: CR-BERICHTERSTATTUNG DER DEUTSCHEN TELEKOM.

Bereits seit 1996 berichtet die Deutsche Telekom in verschiedenen Publikationen über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten. Von 2003 bis einschließlich 2006 veröffentlichten wir jedes Jahr einen kombinierten Personal- und Nachhaltigkeitsbericht. 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 gestiegenen Anforderungen und veränderten Nutzungsgewohnheiten unserer Stakeholder gerecht zu werden, veröffentlichen wir unseren CR-Bericht seit dem Berichtsjahr 2010/2011 ausschließlich im Internet. Der CR-Online-Bericht 2013 ist seit dem 12. Mai 2014 in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Das Interesse an den Inhalten unserer CR-Berichterstattung ist hoch. Dies zeigt sich auch daran, dass noch im März 2014 - ein Jahr nach Ende des Berichtszeitraums - über 2 600 Besucher darauf zugegriffen.

Bereits auf der Startseite bieten wir leicht verständliche Informationen für einen guten Einstieg in den umfassenden Bericht. Jede weiterführende Seite wird mit einem kurzen Absatz eingeleitet, in dem teils erläutert wird, weshalb die angesprochenen Themen für eine nachhaltige Entwicklung und einen nachhaltigen Geschäftserfolg der Telekom wesentlich sind. Ein Download-Bereich, Such- und Dialogfunktionen sowie interaktiv aufbereitete Kennzahlen schaffen zusätzlichen Komfort. Der Infokorb bietet ergänzend die Möglichkeit, Inhalte individuell zu einem PDF zusammenzustellen.

In diesem Bericht haben wir erstmals den meisten Kapiteln einen Abschnitt zum Managementansatz der Telekom vorangestellt. Hier erläutern wir, wie die Telekom mit den wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen umgeht, deren Entwicklung positiv mitgestaltet und negative Auswirkungen vermeidet beziehungsweise reduziert. Diese Abschnitte enthalten außerdem gebündelte Informationen unter anderem zu unseren strategischen Herangehensweisen und Zielen, zu Managementinstrumenten, Richt- und Leitlinien, internen und externen Standards sowie organisatorischen Neuerungen.

Der Bericht konzentriert sich stärker als die Vorgängerberichte auf Inhalte aus dem Berichtszeitraum. Ergänzt wird er durch das neue Format „CR-Wissen“. Es enthält zu vielen Themen Hintergrundinformationen, die mithilfe von Links im Text aufgerufen werden können. Das „CR-Wissen“ kann darüber hinaus direkt über die Marginalspalte geöffnet werden.

Parallel zum vorliegenden Online-Bericht haben wir auch in diesem Jahr ein E-Paper mit einer Zusammenfassung ausgewählter Fortschritte im Berichtszeitraum herausgegeben. Es trägt den Titel „Wir leben Verantwortung. Corporate Responsibility 2013 im Überblick.“. Ergänzend zum Online-CR-Bericht der Telekom nutzen wir seit 2012 die CR-App „We Care“, um eine breite Zielgruppe für das Thema unternehmerische Verantwortung zu begeistern und zum Mitmachen anzuregen.

AUSWAHL DER ZENTRALEN THEMEN FÜR DEN CR-BERICHT 2013.

Zur Auswahl der zentralen Berichtsthemen führten wir im vierten Quartal 2013 und im ersten Quartal 2014 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 uns und unsere Stakeholder von größter Relevanz sind.

STRUKTUR DES VORLIEGENDEN ONLINE-BERICHTS.

Der CR-Online-Bericht 2013 ist als Fortschrittsbericht konzipiert, in dem der Fokus auf den wesentlichen Entwicklungen im Berichtszeitraum liegt. Über die Navigationsleiste gelangt der Leser zu den sechs zentralen Kapiteln des Berichts:

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

Ergänzt werden diese durch drei weitere Kapitel:

- 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, präsentiert sich mit einer eigenen Profildseite. Diese Seiten sind als Unterseiten des Menüpunkts „Landesgesellschaften“ zu finden.
- Im Kapitel „Kennzahlen“ geben konsolidierte und kommentierte Kennzahlen Aufschluss über unsere Fortschritte in den vergangenen Jahren.

Anders als in den Vorjahren werden die Inhalte des Beschäftigten-Kapitels ausschließlich im Personalbericht 2013/2014 dargestellt – hierzu sind CR- und Personalbericht miteinander verlinkt. Die Deutsche Telekom gehört zu den wenigen Unternehmen, die einen eigenständigen Personalbericht publizieren. Dies zeigt, welche hohe Wertschätzung wir unseren Mitarbeitern entgegenbringen.

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG.

Ausgewählte Kennzahlen des CR-Berichts 2013 aus Deutschland sowie von den Landesgesellschaften T-HT Hrvatski Telekom (Kroatien), Magyar Telekom (Ungarn), OTE und Cosmote (Griechenland) sowie T-Mobile USA wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen.

Geprüft wurden außerdem folgende Kapitel beziehungsweise Abschnitte:

- Strategie & Management
- Lieferanten
- Jugendmedienschutz
- Kennzahlen

Eine Bescheinigung über die betriebswirtschaftliche Prüfung befindet sich unter dem Menüpunkt Prüfbescheinigung. Alle testierten Inhalte dieses Berichts sind mit  gekennzeichnet und haben unverändert Bestand bis zur Veröffentlichung des nächsten CR-Berichts. Einzelne Textabschnitte, die bereits Gegenstand der betriebswirtschaftlichen Prüfung des Geschäftsberichts 2013 waren, sind ebenfalls entsprechend gekennzeichnet.

UMSETZUNG INTERNATIONALER REPORTINGSTANDARDS.

Der CR-Bericht 2013 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 2013 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.

Darüber hinaus gibt die Deutsche Telekom jährlich eine ausführliche Entsprechenserklärung zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex ab.

STATEMENT DES VORSTANDSVORSITZENDEN.

Liebe Leserinnen und Leser,

die Informations- und Wissensgesellschaft entwickelt eine große Dynamik. Datenmenge und Wissen im Internet steigen exponentiell, digitale Anwendungen bereichern unseren Alltag. Schnelle Breitbandnetze sind dafür die Voraussetzung.

Als Telekommunikationskonzern tragen wir deshalb eine große gesellschaftliche Verantwortung. Wir bauen die Infrastruktur, die dabei hilft, das Leben von Menschen nachhaltig zu verbessern und zu vereinfachen. Mit umfangreichen Investitionen in den Netzausbau – 2013 allein in Deutschland über 3 Milliarden Euro – schaffen wir die Grundlagen für Innovation und gesellschaftliche Teilhabe. Die vielen Innovationen im Gesundheitsbereich sind nur ein Beispiel. Mit telemedizinischen Lösungen tragen wir dazu bei, dass kranke und pflegebedürftige Personen per Ferndiagnose überwacht werden können und ihnen dadurch ein selbstbestimmtes Leben in gewohnter Umgebung möglich ist.

Aber die Telekom ist eben mehr als nur ein Infrastrukturanbieter. Verantwortlich zu handeln, ist Teil unserer DNA. Dieser CR-Bericht liefert Ihnen eine Fülle an Beispielen, wo und wie die Telekom Verantwortung zeigt und welche Fortschritte wir in den einzelnen Feldern im vergangenen Jahr erzielt haben.

So steht etwa das Thema Datenschutz ganz oben auf unserer Agenda. Datensicherheitskriterien fließen bei uns von Anfang an in die Produktentwicklung mit ein. 2013 wurde beispielsweise der Abhörschutz im Mobilfunk durch die deutschlandweite Implementierung des Verschlüsselungsstandards A5/3 deutlich verbessert.

Auch um den Klimaschutz kümmern wir uns. Mit der Verabschiedung eines konzernweiten Klimaschutzziels haben wir 2013 unsere Fortschritte bei der CO₂-Reduktion international messbar gemacht: Konzernweit wollen wir den CO₂-Ausstoß gegenüber 2008 bis zum Jahr 2020 um 20 Prozent reduzieren.

Und nicht zuletzt sind uns soziale Themen ein wichtiges Anliegen. Mit unserer 2013 erneuerten Sozialcharta nehmen wir etwa die Einhaltung von Menschenrechten bei unseren weltweiten Lieferanten noch stärker in den Blick. Seit Juni 2013 enthalten alle Lieferantenverträge zudem eine CR-Klausel, die klar definiert, welche ethischen, sozialen, ökologischen und Antikorruptionsstandards wir von unseren Partnern erwarten.

Das ausdrückliche Bekenntnis meiner Vorgänger zu einer verantwortungsvollen Unternehmensführung und zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen führe ich mit Überzeugung weiter.



Timotheus Höttges, Vorstandsvorsitzender, Bonn, Deutschland.

Mir ist es ein besonderes Anliegen, den Beitrag von Nachhaltigkeit für den Unternehmenswert noch transparenter zu machen. Dabei hilft uns die weitere Integration von nicht finanziellen Leistungsindikatoren in die Geschäftsberichterstattung.

Herzlichst
Ihr Timotheus Höttges

KONZERNPORTRÄT.

Wir gehören mit rund 143 Millionen Mobilfunk-Kunden und 31 Millionen Festnetz-Anschlüssen, davon mehr als 17 Millionen Breitbandanschlüsse, zu den führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit. Unseren Kunden bieten wir Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-Fernsehen für Privatkunden sowie Lösungen aus der Informations- und Kommunikationstechnik für Groß- und Geschäftskunden. Dabei richten wir uns international aus und sind in rund 50 Ländern vertreten. Im Geschäftsjahr 2013 erwirtschafteten wir fast 58 Prozent unseres Konzernumsatzes von 60,1 Milliarden Euro außerhalb Deutschlands. Insgesamt beschäftigen wir rund 228600 Mitarbeiter (31. Dezember 2013).

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, haben wir uns vorgenommen, eine Vorreiterrolle im Bereich Corporate Responsibility (CR) zu übernehmen.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM JAHR 2013.

Im Geschäftsjahr 2013 erzielten wir einen gegenüber dem Vorjahr um 3,4 Prozent gestiegenen Konzernumsatz von 60,1 Milliarden Euro. Maßgeblich trug unser operatives Segment USA mit dem erstmaligen Einbezug des mit T-Mobile USA fusionierten Mobilfunk-Unternehmens MetroPCS zum 1. Mai 2013 sowie dem ungebrochen starken Zugang an Neukunden infolge unserer „Uncarrier“-Strategie zu dieser Umsatzentwicklung bei. Belastend wirkten der intensive Wettbewerb, die zum Teil erheblichen regulierungsbedingten Preisänderungen sowie die weiterhin schwierige konjunkturelle Lage in vielen Ländern unseres operativen Segments Europa. Unser operatives Segment Deutschland konnte sich unter den regulatorischen und wettbewerbsbedingten Rahmenbedingungen speziell im Mobilfunk gut im Markt behaupten, musste jedoch insgesamt leichte Umsatzrückgänge – vor allem bedingt durch geringere Umsätze im klassischen Festnetz – hinnehmen.

Konzernüberschuss/-fehlbetrag.

Der Konzernüberschuss erhöhte sich auf 0,9 Milliarden Euro. Im Vorjahr verzeichneten wir einen Konzernfehlbetrag von rund 5,4 Milliarden Euro, vor allem bedingt durch die Erfassung einer Wertminderung im Zusammenhang mit dem Zusammenschluss von T-Mobile USA und MetroPCS.

Ausführliche Informationen zur Geschäftsentwicklung und zu den Finanzdaten der Telekom sind im Geschäftsbericht 2013 veröffentlicht.

KONZERNSTRUKTUR UND OPERATIVE SEGMENTE.

Die folgende Grafik gibt einen Überblick über die Organisationsstruktur unseres Konzerns, die wir nachfolgend erläutern.

Auf einen Blick: Organisationsstruktur.



- Deutschland:** Unser operatives Segment Deutschland umfasst sämtliche Aktivitäten des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts in Deutschland. Darüber hinaus erbringt es Telekommunikationsleistungen für andere operative Segmente im Konzern.
- USA:** Das operative Segment USA umfasst sämtliche Mobilfunk-Aktivitäten auf dem US-amerikanischen Markt.
- Europa:** Das operative Segment Europa umfasst sämtliche Aktivitäten aus dem Festnetz- und Mobilfunk-Geschäft der Landesgesellschaften in Griechenland, Rumänien, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik, Kroatien, den Niederlanden, der Slowakei, Österreich, Albanien, der EJR Mazedonien und Montenegro sowie das Joint Venture in Großbritannien. Ebenso gehört der Bereich International Carrier Sales & Solutions dazu, der hauptsächlich Telekommunikationsleistungen für andere operative Segmente im Konzern erbringt. Das operative Segment Europa bietet den Geschäftskunden in einzelnen Landesgesellschaften auch ICT-Lösungen an.
- Systemgeschäft:** Das operative Segment Systemgeschäft bündelt unter der Marke T-Systems das Geschäft mit ICT-Produkten und -Lösungen für große multinationale Unternehmen. Das operative Segment bietet seinen Kunden Informations- und Kommunikationstechnik aus einer Hand. Für multinationale Konzerne und öffentliche Institutionen entwickelt und betreibt das operative Segment Infrastruktur- und Branchenlösungen. Das Angebot reicht von Standardprodukten über IP-basierte Hochleistungsnetze bis zur Realisierung kompletter ICT-Lösungen.
- Group Headquarters & Group Services:** Das Segment Group Headquarters & Group Services besteht aus der Service-Zentrale und den Beteiligungen der Deutschen Telekom AG, die nicht den operativen Segmenten zugeordnet sind.

AUSZEICHNUNGEN.

Wir freuen uns über die Leistung 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 Profildseiten der Landesgesellschaften zu finden. Im Kapitel Strategie & Management präsentieren wir unsere aktuellen Positionen in Ratings und Rankings.

AUSZEICHNUNGEN UND ZERTIFIKATE.

Netze.

1. Platz beim Netztest des Fachportals „CHIP Online“ sowie Auszeichnung als „Bestes LTE-Netz“.



1. Platz beim Netztest des Fachmagazins „connect“.



1. Platz im Bereich Internet & Telefon des Fachmagazins „connect“.



Auszeichnung durch Leser des Fachmagazins „connect“: „Mobilfunk-netzbetreiber des Jahres“, „Festnetzanbieter des Jahres“ und „LTE-Anbieter des Jahres“.



Kunden.

„Gold“ in der Kategorie „Online Reporting“ beim „Econ Award Unternehmenskommunikation“ für den CR-Bericht 2011.



Nationaler CSR-Preis des Tschechischen Ministeriums für Handel und Industrie und der nationalen „Organization for Quality“ für T-Systems Czech Republic als einen der zwei Gewinner.

„Award for Social Responsibility“ der montenegrinischen Handelskammer für Crnogorski Telekom.

Anerkennung für philanthropische Aktivitäten durch Philanthropie-Preis „ISKRA“ für Crnogorski Telekom.



Gesellschaft.

„Ich kann was!“-Initiative erstmals als „offizielle Maßnahme“ der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ausgezeichnet.



Beschäftigte.

2. Platz bei der Studie „Online Talent Communication“ und „Annual Multimedia Award“ in Silber für kundenorientierte HR-Kommunikation.



Auszeichnung als einer der Top-20-Arbeitgeber im IT-Geschäft Deutschlands laut „trendence Graduate Barometer Germany“.



„TOP Employers Award 2012–2013“ für T-Systems Netherlands.



„Gold“-Auszeichnung der Employer of Choice Awards für T-Systems Malaysia.



Drei „Human Resources Excellence Awards“ des Magazins „Human Resources Manager“ für unsere HR-Projekte „Telekom Challenge“, „Blind Applying“ und „Diversity im Recruiting mit personaldiagnostisch fundierten Videointerviews“.



2. Platz im „Female Recruiting Award“ aufgrund zielgruppengerechter Ansprache weiblicher Bewerber.



Auszeichnung mit dem internationalen „KEN-Award“ für unser Engagement, mehr Chancengleichheit unter den Geschlechtern herzustellen.



PRÜFBESCHEINIGUNG.

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung gewissen Sicherheit hinsichtlich der Beachtung der AA1000 AccountAbility Prinzipien (Typ 2-Prüfung) sowie ausgewählter Nachhaltigkeitsinformationen im „Corporate Responsibility Bericht 2013“ der Deutsche Telekom AG, Bonn, (Im Folgenden: „Gesellschaft“) für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2013 (im Folgenden: „CR-Bericht“) durchgeführt. Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung bezog sich auf ausgewählte einzelne Angaben sowie ausgewählte vollständige deutsche Seiten auf der Konzernwebsite „Corporate Responsibility Bericht 2013“ mit Informationen zum Geschäftsjahr 2013. Sofern unsere Prüfung die gesamten Inhalte der Seiten abdeckt, wie in den Kapiteln Lieferanten, Strategie und Management sowie Verbraucher- und Jugendschutz, werden diese Seiten mit dem Symbol  gekennzeichnet. Einzelne durch uns geprüfte Angaben 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“) 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 CR-Berichts 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 den Rubriken „Strategie und Management“, „Lieferanten“, „Verbraucher- und Jugendschutz“ sowie „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 Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Wir haben Vor-Ort-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, Cosmote Mobile Telecommunications S.A, Athen, Griechenland, Magyar Telekom Plc., Budapest, Ungarn, und Croatian Telekom Inc., Zagreb, Kroatien, 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 Management & Stakeholder Dialogue“ und „Corporate Responsibility“;
- Nachvollzug der relevanten Dokumentation zu den Stakeholder-Dialogen, 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 Stakeholder-Erwartungen auf Ebene der Konzernzentrale sowie auf Ebene ausgewählter Landesgesellschaften;
- Befragung ausgewählter Fachbereiche mit Fokus auf die Stakeholder-Gruppen Mitarbeiter und Lieferanten und Einholen von Nachweisen zu stichprobenhaft ausgewählten Projekten mit Nachhaltigkeits- und Stakeholder-Management-Bezug, 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:

- Befragung von Mitarbeitern der für die Erstellung des CR-Berichts verantwortlichen Abteilungen über den Prozess zur Erstellung der CR-Berichterstattung und über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem;
- Einsichtnahme in die Unterlagen zur CR-Strategie sowie Verschaffung eines Verständnisses über die CR-Organisationsstruktur, des Stakeholder-Dialogs sowie des Entwicklungsprozesses für das CR-Programm der Gesellschaft;
- Befragung von Mitarbeitern der Fachabteilungen, die einzelne Kapitel des CR-Berichts verantworten;
- Aufnahme der Verfahren und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse zur Erhebung, Analyse, Plausibilisierung und Aggregation der CR-Daten sowie deren stichprobenartige Überprüfung;
- Durchführung von Vor-Ort-Besuchen im Rahmen der Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation ausgewählter Angaben;
- Analytische Beurteilung der Angaben innerhalb des CR-Berichts;
- Abgleich ausgewählter Daten mit den entsprechenden Angaben im Geschäftsbericht 2013;
- Erlangung von weiteren Nachweisen für ausgewählte Angaben des CR-Berichts durch Einsichtnahme in interne Dokumente (bspw. Vorstands- und Gremienentscheidungen, Berichte der Internen Revision) und Verträge sowie Analyse von Daten, die als Berichte aus IT-Systemen generiert wurden.

Wesentliche Feststellungen und Urteile

Feststellungen hinsichtlich des AA1000 AccountAbility Prinzips „**Inclusivity**“:

- Das Stakeholder-Management wird auf Konzernebene durch die zentrale Funktion „CR Communication & Stakeholder Management“ im Rahmen des Corporate Responsibility-Bereichs gesteuert. In diesem Bereich wurde die Stakeholder-Management-Strategie weiter vorangetrieben. Damit wird das Ziel verfolgt, die Beziehungen des Unternehmens mit seinen Stakeholdern zielgerichtet zu gestalten und ein Stakeholder-Managementsystem und Stakeholder-Management konzernweit systematisch zu implementieren und umzusetzen.
- Die Prinzipien des Stakeholder-Engagements der Deutschen Telekom AG sind in Übereinstimmung mit den AA1000-AccountAbility-Prinzipien 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. Dabei findet ein regelmäßiger Austausch der Zentralfunktionen auf Konzernebene mit den Landesgesellschaften statt. Es konnte nachvollzogen werden, dass auf Ebene der ausgewählten Tochtergesellschaften Stakeholder regelmäßig einbezogen werden (z.B. durch Befragungen, Workshops oder Dialog-Formate). Der internationale Roll-out der Stakeholder-Management-Strategie wurde im Berichtszeitraum weiter fortgeführt.

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 sowie in den Themen zu den drei Handlungsfeldern des CR-Berichts der Deutschen Telekom AG dargestellt.
- Im Rahmen der zentralen Stakeholder-Einbeziehung werden Erwartungen von einzelnen Stakeholder-Gruppen zielgerichtet aufgenommen und bewertet und können somit innerhalb der CR-Berichterstattung, der weiteren CR-Kommunikation und der strategischen Ausrichtung des CR-Bereichs berücksichtigt werden.
- Im Jahr 2013 wurde die Strategie intern überprüft und teilweise neu ausgerichtet. Dabei wurden Maßnahmen ergänzt, die sich an Stakeholder-Gruppen Lieferanten und Investoren richten.
- Im Rahmen des sogenannten NGO-Radar werden kontinuierlich die Aktivitäten, Forschungsprojekte, Veröffentlichungen und Stellungnahmen dieser Stakeholder-Gruppe gesichtet und in einem internen Newsletter zusammengefasst sowie nach der Relevanz für die Deutsche Telekom AG eingeschätzt.

Feststellungen hinsichtlich des AA1000 AccountAbility Prinzips „**Responsiveness**“:

- Die von uns stichprobenhaft durchgeführten Befragungen und eingeholten Nachweise belegen, dass Reaktionsprozesse auf Stakeholder-Anfragen angemessen stattfinden.
- Es konnte festgestellt werden, dass mit den Prinzipien der GRI geeignete Leitlinien zur CR-Berichterstattung verwendet werden.
- Die Kommunikation mit Stakeholder-Gruppen 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 Geschäftsjahr 2013 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 Stakeholder-Managements, insbesondere:
 - Fortsetzung der systematischen Implementierung des zentralen Stakeholder-Management-Ansatzes auf internationaler Ebene sowie im Bereich des Lieferantenmanagement.
 - Ausweitung des NGO-Radars auf weitere relevante Stakeholder-Gruppen und Berücksichtigung der Einschätzung im Materiality-Prozess.
- Ausbau der konzernweiten Steuerungsfunktion zum Thema Nachhaltigkeit, u.a.:
 - Weiterentwicklung der Dokumentation der zentralen und dezentralen Prozesse dahingehend, dass für alle berichteten CR KPIs die wesentlichen Prozessschritte zur Ermittlung sowie interne Kontrollen definiert sind.
 - Entwicklung von eindeutigen und klar abgrenzbaren Definitionen der Kennzahlen aus dem Bereich Lieferantenmanagement sowie weitere Formalisierung der zu ihrer Erhebung eingerichteten Prozesse.

Düsseldorf, 09. Mai 2014

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hendrik Fink ppa. Aissata Touré
Wirtschaftsprüfer Wirtschaftsprüferin

i „Gewisse Sicherheit (moderate assurance)“ im Sinne des AA1000AS (2008) ist gleich bedeutend mit „begrenzte Sicherheit (limited assurance)“ gemäß ISAE 3000.

ii „Hohe Sicherheit (high assurance)“ im Sinne des AA1000AS (2008) ist gleich bedeutend mit „hinreichende Sicherheit (reasonable assurance)“ gemäß ISAE 3000.

BENUTZERHILFE.

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

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 ergänzende Informationen zu einem Thema vorliegen, erscheint unter dem zentralen Begriff das Icon „CR-Wissen“. Wenn Sie darauf klicken, erhalten Sie diese weiteren Hintergrundinformationen.

Kennzahlengrafiken.

Ausgewählte Kennzahlen des Konzerns sind im Kennzahlenbereich in Grafiken visualisiert. In der rechten oberen Ecke bestimmter Grafiken befindet sich außerdem ein Feld, mit dem auf das interaktive Tool zum Gesellschaftsvergleich zugegriffen werden kann. Speziell bei den Kennzahlen zum Energieverbrauch haben Sie zudem die Möglichkeit, zwischen einer Darstellung in MWh und Joule zu wechseln.

SERVICE-RUBRIKEN IN DER RECHTEN MARGINALIE.

Dieses Kapitel.

Um einen möglichst barrierefreien Zugang zu den Berichtsinhalten zu ermöglichen, haben wir unter „Dieses Kapitel“ 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 aufgeklappten Texte wieder
- „diese Seite drucken“ – druckt die aktuelle Ansicht
- „diese Seite speichern“ – speichert die aktuelle Ansicht als PDF-Datei

- „in den Infokorb legen“ – erlaubt Ihnen, während des Lesens einzelne Seiten im Infokorb zu sammeln
- „Infokorb ansehen“ – über diesen Link gelangen Sie zum Infokorb, wo Sie einen Überblick über die von Ihnen ausgewählten Seiten erhalten. 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.

Meine 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.

Kontakt.

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

Service.

In der rechten Marginalspalte finden Sie unter „Service“ folgende Links zu weiterführenden Informationen und Download-Möglichkeiten:

- **Medienarchiv:** Hier gelangen Sie zu einer Auswahl von Videos aus den CR-Berichten der letzten Jahre.
- **DownloadCenter:** Hier finden Sie den gesamten CR-Bericht 2013 oder einzelne Kapitel sowie weitere wichtige CR-Veröffentlichungen der letzten Jahre als PDF zum Herunterladen.
- **CR 2013 im Überblick:** Informationen aus dem Berichtszeitraum zusammengefasst in unserem E-Paper „Wir leben Verantwortung. Corporate Responsibility 2013 im Überblick.“ (Online-Ansicht oder PDF).
- **CR-App „We Care“:** unterhaltsamer Einstieg ins Thema CR für Smartphone oder Tablet.
- **CR-Wissen:** zusätzliche Hintergrundinformationen zu einzelnen Themen oder Begriffen des CR-Berichts – auch direkt im Text per Mausklick auf die mit dem Symbol  gekennzeichneten Begriffe aufzurufen (als Online-Ansicht)

INTERAKTIVE KENNZAHLEN.

Unter „Interaktive Kennzahlen“ haben Sie die Möglichkeit, direkt das interaktive Tool zum Gesellschaftsvergleich anzuwählen. Es ermöglicht einen Vergleich der Kennzahlen des Konzerns sowohl über mehrere Jahre als auch zwischen ausgewählten Konzerngesellschaften. Sie können die Werte in Tabellen, Balken- oder Liniendiagrammen dargestellt aufrufen. Für den Vergleich zwischen einzelnen Konzerngesellschaften öffnen Sie im Fenster oben links den Rollbalken und wählen dort die Option „Vergleich der Gesellschaften“. Die Darstellung berücksichtigt auch wesentliche Hintergrundinformationen zur Entwicklung bestimmter Werte für die Jahre 2009 bis 2013. Die Information erscheint in einem kleinen Fenster, wenn Sie den Mauszeiger über das Symbol  führen. Bei einem Klick auf das Symbol wird der Text unterhalb der Tabelle eingeblendet. Diese Option soll signifikante Veränderungen der Werte nachvollziehbarer machen. Ergänzend wird unter jeder Kennzahl deren Relevanz für unterschiedliche Berichtsstandards kenntlich gemacht.

SERVICE-RUBRIKEN IN DER LINKEN MARGINALIE.

Social Media.

Für die Seiten des CR-Berichts sind Social-Network-Funktionen aktiviert. Sie finden die Links am unteren Ende der Menüsäule. 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 im Text 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.

English/Deutsch.

Die Inhalte des CR-Berichts stehen in deutscher und englischer Sprache zur Verfügung. Von einer Version zur anderen wechseln Sie, indem Sie auf den Namen der gewünschten Sprache klicken.

STRATEGIE & MANAGEMENT.



DER „TELEKOM-IDEENGARTEN“ ZUM KLIMASCHUTZ

„Aus der Praxis heraus haben wir Mitarbeiter oft sehr genaue Vorstellungen davon, wie wir unser Unternehmen nachhaltiger machen können. Da braucht es manchmal nur einen kleinen Anstoß, um eine Idee auszuarbeiten. Für mich kam der Ideengarten gerade recht, um meinen Vorschlag zum Mobilitätsmanagement zu präsentieren.“

Mark Breitenbücher,
Gewinner des Telekom-Ideengartens zum Klimaschutz

Ziel

klimaschonendes Verhalten überall in unserem Unternehmen durch gute Ideen und die Motivation unserer Mitarbeiter fördern

Erfolg

467 eingereichte Klimaschutzideen von Mitarbeitern

Umsetzung

Durch die Einbindung unserer Mitarbeiter wollen wir verantwortungsvolles Verhalten überall in unserem Unternehmen fördern und das große Innovationspotenzial in den Anregungen unserer Mitarbeiter nutzen. Deshalb riefen wir für alle Beschäftigten der Telekom in Deutschland einen Ideenwettbewerb zum Klimaschutz aus. Im Februar 2014 präsentierte die Jury die Gewinner; den ersten Platz erreichte der Vorschlag, ein flächendeckendes betriebliches Mobilitätsmanagement einzuführen.



VISION.

Unsere CR-Vision formuliert einen wichtigen Zielpunkt für die nachhaltige Entwicklung unseres Konzerns. Sie basiert auf dem Leitsatz „Wir leben Verantwortung.“ und artikuliert ein Selbstverständnis, das über kurz- oder mittelfristige Ziele hinausweist und eine nachhaltige Ausrichtung aller Geschäftstätigkeiten einfordert. Die CR-Vision gibt damit einen konzernweiten Orientierungsrahmen vor, der alle CR-Handlungsfelder umfasst, und legt so das Fundament für die CR-Strategie der Telekom.

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 UND LEITLINIEN.

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln (Corporate Responsibility, CR) beruht auf gemeinsamen Werten. Um eine wertebasierte Unternehmenskultur zu gewährleisten, müssen diese grundlegenden Werte allen Mitarbeitern in verbindlichen Leitlinien und Verhaltensregeln vermittelt werden. Die Deutsche Telekom hat mit ihren Leitlinien, ihrem Code of Conduct und ihrer Sozialcharta wirksame Instrumente hierfür geschaffen. Diese bilden auch eine wichtige Grundlage für unser Compliance Management, das die Rechtmäßigkeit unseres Unternehmenshandelns sicherstellt.

Die Leitlinien sind ein lebendiges Dokument. Wir passen es laufend an die Entwicklung unserer Werte an. So ergänzten wir 2013 die erste der Leitlinien um den Aspekt „Dinge einfacher machen“. In unserer internen Kommunikation spielen die Leitlinien regelmäßig eine wichtige Rolle, insbesondere am jährlichen „Tag der Leitlinien“. So fördern wir konzernweit verantwortungsvolles und nachhaltiges Handeln im Arbeitsalltag.

Auch unsere Sozialcharta haben wir 2013 überarbeitet und einige Ergänzungen vorgenommen.

VERANKERUNG DER LEITLINIEN.

Die Leitlinien der Telekom sind ein zentrales Instrument unserer Personalarbeit. Sie bilden die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit im Unternehmen und motivieren uns, unsere Kunden stets aufs Neue zu begeistern. Durch eine regelmäßige Kommunikation zu den Leitlinien fördern wir ihre Verankerung im Arbeitsalltag.

2013 haben wir die erste Leitlinie – „Kunden begeistern“ – um den Zusatz „und Dinge einfacher machen“ ergänzt. Konzernweit machten wir dies über einen Videospot bekannt und diskutierten in unserem internen sozialen Netzwerk mit den Mitarbeitern, was diese Ergänzung für sie bedeutet. Auch der vierte Tag der Leitlinien im September stand mit zahlreichen Aktionen unter dem Motto „Dinge einfacher machen“. Unter anderem richtete der Personalvorstand hierzu eine Videobotschaft an die Belegschaft. Zum fünfjährigen Bestehen der Leitlinien veröffentlichten wir im ersten Quartal 2014 außerdem ein Video und eine Fotoshow zum Thema „5 Jahre Guiding Principles“ im Telekom Social Network (TSN).

Verankerung auf dem Prüfstand.

Um die Meinung unserer Mitarbeiter zu verschiedenen Telekom-Themen zu erfahren, führen wir seit einigen Jahren sogenannte Pulsbefragungen durch. Unter anderem bitten wir sie, die Aussage „Ich erlebe, dass die Leitlinien in der täglichen Arbeit gelebt werden.“ mit ja oder nein zu beantworten. Dabei erhalten wir kontinuierlich wachsende Zustimmung: Im April 2013 gaben 66 Prozent eine positive Antwort. Dies waren drei Prozentpunkte mehr als noch im Oktober 2012. Im November 2013

erreichte die Zustimmung 70 Prozent. Dies zeigt, dass unsere Maßnahmen greifen.

TAG DER LEITLINIEN.

Am 25. September 2013 veranstaltete die Telekom konzernweit ihren inzwischen vierten Tag der Leitlinien. Jeder Mitarbeiter ist aufgerufen, sich an diesem Tag vorrangig mit den Leitlinien und ihrer Umsetzung im Alltag auseinanderzusetzen. Der jährliche Aktionstag ist länder- und kulturübergreifend ein großer Erfolg und zeigt an vielen Beispielen, dass unsere Unternehmenswerte die Mitarbeiter verbinden.

2013 stellten wir den Tag der Leitlinien unter das Motto „Kunden begeistern und Dinge einfacher machen“. Damit rückten wir die erste der fünf Leitlinien in den Mittelpunkt, die wir Anfang des Jahres um den Aspekt der „Einfachheit“ erweitert hatten. Die Mitarbeiter wurden eingeladen, „einfach einmal etwas auszuprobieren“. Die Ausgestaltung des Tags ist den verschiedenen Konzerneinheiten und -bereichen freigestellt. So reichten die Aktionen 2013 vom Bilden riesiger magentafarbener „T“s in Österreich bis hin zum bunten Teamevent in der Slowakei. Der Personalvorstand richtete eine Videobotschaft an die Belegschaft. Niek Jan van Damme, Sprecher der Geschäftsführung, und Dietmar Welslau, Personalchef der Telekom Deutschland GmbH, luden Mitarbeiter ein, „einfach einmal mit der Geschäftsleitung zu sprechen“. Überall wurde außerdem die Rolle der Leitlinien in unserem täglichen Geschäft diskutiert. Intensiv nutzten unsere Mitarbeiter hierbei das interne soziale Netzwerk TSN (Telekom Social Network).

Auch das am gleichen Tag stattfindende „9. Telekom BarCamp“ in Bonn stand ganz im Zeichen des Leitlinien-Tags. Ein BarCamp ist eine Tagung, deren Inhalte und Ablauf von den Teilnehmern zu Beginn der Tagung selbst bestimmt werden. Sie wird von Diskussionen in sozialen Medien begleitet. In insgesamt 30 Workshops diskutierten mehr als 400 Mitarbeiter, wie man Dinge im Arbeitsalltag vereinfachen kann. Die Veranstaltung konnte von allen Mitarbeitern im Intranet und im TSN live mitverfolgt werden.

Bestandteil des Leitlinien-Tags waren auch Aktionen mit unterschiedlichsten freiwilligen Hilfeleistungen unserer Mitarbeiter (Corporate Volunteering). Ihr Spektrum reichte von der Mitarbeit beim Bundesverband Deutsche Tafel e.V. über Blutspenden bis zur fachmännischen Internet- und Handy-Schulung für Menschen mit geistiger Behinderung. Einen Schwerpunkt bildeten Typisierungsaktionen der Deutschen Knochenmarkspenderdatei (DKMS) in Bonn und Darmstadt. Die Idee, den Corporate-Volunteering-Gedanken in das Konzept des Leitlinien-Tags aufzunehmen, wurde auf dem 11. CR Manager Meeting im Frühjahr 2013 entwickelt.

AKTIVITÄTEN IM RAHMEN DER MENSCHENRECHTLICHEN SORGFALTPFLICHT.

Die Pflicht zur Einhaltung der Menschenrechte ist in den grundlegenden Regelwerken der Telekom, den Guiding Principles, dem Code of Conduct und der Sozialcharta verankert. Bedeutsam für die Einhaltung der Menschenrechte sind auch die Employee Relations Policy und die Diversity Policy der Telekom.

Die konzernweit eingeführte 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 zu folgenden Themen: Mitarbeiterentwicklung, verantwortungsvoller Umgang mit Veränderungen, Gesundheit und Nachhaltigkeit, faire Bezahlung, Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben, Führung, Diversity, Verbot von Diskriminierung, Kommunikation und Zusammenarbeit mit den Sozialpartnern.

Mit der ebenfalls weltweit geltenden Diversity Policy, die eines dieser Kernelemente genauer ausgestaltet, verpflichten wir uns auf Mindeststandards für den Umgang mit unseren Mitarbeitern, um jegliche Diskriminierung – etwa aufgrund von Geschlecht, Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, religiöser Glaubensprägung oder sexueller Orientierung – zu unterbinden.

Leitfaden für Menschenrechte in der ICT-Branche.

Die Europäische Kommission hat im Juli 2013 einen Leitfaden zu Menschenrechten in der Informations- und Kommunikationstechnologie veröffentlicht. Vertreter der Telekom hatten die Empfehlungen des Leitfadens zuvor im Rahmen einer Expertengruppe mit ausgearbeitet. Im Zuge dieser Arbeit analysierten wir frühzeitig die strategischen Konsequenzen des Leitfadens für die Ausübung der menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht in unserem Unternehmenshandeln. Außerdem haben wir Bereiche im Konzern identifiziert, deren Aktivitäten und Prozesse sich auf Menschenrechte – positiv wie negativ – auswirken können. In Gesprächen mit diesen Bereichen werden wir analysieren, wo Chancen unserer Geschäftstätigkeit zur Stärkung von Menschenrechten liegen, aber auch, wo menschenrechtliche Risiken liegen könnten und wie wir diese vermeiden oder minimieren können.

Beginn von Human Rights Impact Assessments (Menschenrechtliche Folgenabschätzung).

2013 hat die Telekom begonnen, auf Basis der „Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte“ ein sogenanntes Human Rights Impact Assessment einzuführen. Dieses Bewertungsverfahren dient dazu, die Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten innerhalb und außerhalb des Konzerns auf potenziell betroffene Personengruppen zu identifizieren und gegebenenfalls einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess einzuleiten. Hierbei entschieden wir uns für ein länderspezifisches Vorgehen: Es wurden Menschenrechtsfragen in die Begutachtungsprozesse aufgenommen, die zur Umsetzung der Konzernrichtlinie zu Employee Relations in verschiedenen Landesgesellschaften durchgeführt wurden. Als betroffene Personengruppen wurden hierbei Mitarbeiter identifiziert. Im Dialog mit Führungskräften als auch separat mit Mitarbeitern fragten wir Menschenrechtsaspekte

ab, die für unsere Beschäftigten relevant sein können, zum Beispiel in den Bereichen Gesundheit, Gleichberechtigung, Zugang zu Beschwerdemöglichkeiten und Arbeitsbedingungen. Die Ergebnisse fassten wir in internen Berichten zusammen, analysierten sie im Hinblick auf unsere Unternehmensprozesse und leiteten konkrete Folgemaßnahmen ab. In einem Fall hatte ein Projekt beispielsweise zu starker Mehrarbeit bei Mitarbeitern über einen längeren Zeitraum geführt. Im Nachgang der Begutachtung wurde hier die Ressourcensteuerung im Projekt angepasst, sodass die Mehrarbeit inzwischen reduziert werden konnte. Umsetzung und Wirksamkeit dieser Maßnahmen werden von uns systematisch überwacht. Diesen Ansatz wollen wir auch 2014 fortsetzen und mögliche Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf Menschenrechte in ausgewählten Ländern näher beleuchten. Daneben werden im Rahmen unseres nachhaltigen Lieferantenmanagements auch in den sogenannten Social Audits Mitarbeiterinterviews durchgeführt. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel „Lieferantenmanagement“.

Menschenrechtsperspektive in Prozesse integriert.

Die „Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte“ verlangen von Unternehmen, die Menschenrechtsperspektive stärker in relevante Geschäftsbereiche und interne Abläufe zu integrieren. Zu ihrer Umsetzung haben wir das Thema deshalb unter anderem in die Unternehmensbewertungen integriert, die wir im Rahmen unserer Sorgfaltspflicht bei Fusionen und Akquisitionen vornehmen. Dadurch können etwa im Falle einer Unternehmensübernahme Menschenrechtsthemen von Beginn an in der Risikobewertung durch den Bereich Personal berücksichtigt werden. 2014 werden wir den begonnenen Integrationsprozess fortsetzen. Auch die seit 2012 in den „Design Principles“ der Produktentwicklung verankerten Nachhaltigkeitsanforderungen (z.B. 1. Prinzip „Handle verantwortungsvoll. Denke global.“) sind bereits ein Schritt, auf den wir aufbauen können.

Beschwerdemechanismus angepasst.

Mitarbeitern, Investoren, Kunden, Lieferanten und anderen Interessengruppen bieten wir die Möglichkeit, zentral und bei dezentralen Compliance-Organisationen auf mögliche Verstöße gegen Richtlinien der Telekom, Gesetze oder Verhaltensgrundsätze hinzuweisen – gegebenenfalls auch vertraulich. Dies gilt ebenfalls für potenzielle Menschenrechtsverstöße und für mögliche Verstöße gegen die in unserer Sozialcharta verankerten Prinzipien. Die Hinweise können per Mail, telefonisch, postalisch oder über ein anonymes Hinweisgebersystem in verschiedenen Sprachen abgegeben werden. Dieses anonyme Hinweisgebersystem funktioniert wie ein elektronischer Briefkasten und ermöglicht anonymen Dialog. Alle eingehenden Hinweise werden von eigens hierfür geschulten Mitarbeitern unseres Konzerns geprüft.

Die im Oktober 2013 verabschiedete, überarbeitete Sozialcharta sieht explizit die Einrichtung einer Kontaktstelle für Menschenrechte vor. Über deren Einrichtung haben wir intern wie extern berichtet und ermutigen so eventuell von Menschenrechtsverstößen Betroffene, ihre Beschwerden dort vorzubringen. Auch die „Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte“ beschäftigen sich mit Beschwerdemöglichkeiten auf Unternehmensebene und nennen Wirksamkeitskriterien für außergerichtliche Beschwerdemechanismen. Daher wird nun bei menschenrechtsrelevanten Beschwerden auch die Kontaktstelle für Menschenrechte in den Prozess eingebunden. Ein Teil der menschenrechtlichen Wirksamkeitskriterien umfasst die kontinuierliche Verbesse-

rung des Mechanismus. Deshalb werden wir ihn zukünftig einmal jährlich überprüfen, um aus den eingegangenen Fällen und den jeweiligen Folgeprozessen zu lernen. Mehr Transparenz möchten wir schaffen, indem wir einmal jährlich über die bei uns eingegangenen Fälle in anonymisierter Form berichten.

Netzwerke.

Nach dem Besuch von Workshops 2012 und 2013 stieg die Telekom im Berichtszeitraum in die Lerngruppe zur Analyse und Verbesserung der Managementfähigkeit des Deutschen Global Compact Netzwerks zum Thema Wirtschaft und Menschenrechte ein. Wir wollen uns damit über aktuelle Entwicklungen zu diesem Thema auf dem Laufenden halten, einen gegenseitigen Austausch mit Vertretern anderer Unternehmen schaffen und hieraus Maßnahmen zur verbesserten Wahrnehmung unserer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht ableiten. Weiterhin nehmen wir an Arbeitsgruppen zu Menschenrechten im Rahmen von *economy – Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V.* und *GeSI (Global eSustainability Initiative)* teil.

SOZIALCHARTA ÜBERARBEITET UND NEU VERÖFFENTLICHT.

Seit zehn Jahren verpflichtet sich die Telekom mit ihrer Sozialcharta zu ethisch einwandfreiem Handeln. 2013 wurden einige Neuerungen und Ergänzungen vorgenommen, um unter anderem den neuen „Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte“ besser zu entsprechen. Der Kern der Sozialcharta blieb dabei unangetastet. Diese legt fest, unter welchen Arbeitsbedingungen und sozialen Standards unsere Produkte und Dienstleistungen hergestellt beziehungsweise angeboten werden. Sie gilt als übergreifende Richtlinie für alle Beschäftigten, Investoren, Kunden und Lieferanten.

Die wesentlichen Änderungen betreffen zunächst den Umgang mit dem Thema Menschenrechte allgemein sowie die Einrichtung einer Kontaktstelle und eines Beschwerdemechanismus für Menschenrechtsaspekte. Zudem bekennt sich die Telekom dazu, ihre Technologien, Produkte und Dienstleistungen zu nutzen, um die Einhaltung der Menschenrechte zu fördern.

Weiterhin dokumentiert die Deutsche Telekom mit der Sozialcharta ihr Bestreben, die internationalen Standards einzuhalten und auch dann keine Menschenrechte zu verletzen, wenn es an entsprechenden nationalen Gesetzen und Vorschriften oder deren Umsetzung fehlt beziehungsweise wenn diese keinen ausreichenden Schutz gewährleisten. Die Themengebiete Nachhaltigkeit und Umweltschutz werden in der überarbeiteten Sozialcharta ebenfalls berücksichtigt. Auch der Schutz der Beschäftigten vor Disziplinarmaßnahmen ist darin explizit und detailliert geregelt.

Schließlich wurde ein neuer Abschnitt Kommunikation und Transparenz hinzugefügt, um einer Kernforderung der „Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte“ nachzukommen. Darin verpflichtet sich die Telekom zu regelmäßigen Berichten und Veröffentlichungen über die Fortschritte bei der Umsetzung der Grundsätze ihrer Sozialcharta. Auch mit dem vorliegenden CR-Bericht kommen wir dieser Verpflichtung nach.

BEKENNTNIS ZUM „LEITBILD DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT“.

Die Telekom zählt zu den Erstunterzeichnern des „Leitbilds für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft“, das im November 2010 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Mit der Unterzeichnung durch Mitglieder unseres Vorstands bekennen wir uns ausdrücklich zu einer verantwortungsvollen Führung im Sinne der sozialen Marktwirtschaft, zu fairem Wettbewerb, Sozialpartnerschaft, dem Leistungsprinzip und dem Gedanken der Nachhaltigkeit. Die darin enthaltene Verpflichtung füllen wir durch unser umfassendes CR-Engagement mit Leben. Mit den *Guiding Principles*, dem *Code of Conduct* und der Sozialcharta haben wir hierfür einen Rahmen geschaffen, der auch unseren Mitarbeitern und Zulieferern Orientierung bietet.

Wir bringen uns außerdem aktiv in Diskussionen zum Leitbild ein und tragen damit zu dessen Verbreitung als einem Gemeinschaftsprojekt der deutschen Wirtschaft bei. Heute (Stand 28. Februar 2014) bekennen sich 43 Unternehmen und fünf andere Organisationen offiziell zum „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft“.

CR-STRATEGIE.

Die Deutsche Telekom will weltweit Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten werden. Eine branchenweit führende Rolle streben wir außerdem bei der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung an.

Mit unserer konzernweiten CR-Strategie bekennen wir uns zu den Grundsätzen einer nachhaltigen Unternehmensführung. Sie wurde erstmals 2008 vom Vorstand verabschiedet. Die CR-Strategie der Telekom ist aus der Konzernstrategie abgeleitet und gibt auch den internationalen Landesgesellschaften einen Handlungsrahmen für die Umsetzung von CR in ihren Einflussbereichen vor. Zentrale Bestandteile der CR-Strategie sind die CR-Handlungsfelder und das CR-Programm, in dem wir unsere Ziele und Maßnahmen konkretisiert haben. Auch die Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung der Telekom gehört hierhin. Zur Umsetzung unserer CR-Strategie haben wir Organisations- und Steuerungsstrukturen geschaffen, diese nahe beim Konzernvorstand angesiedelt und gleichzeitig im Management der Landesgesellschaften verankert.

- Für das strategische CR-Management und die CR-Fachkommunikation ist der zentrale CR-Bereich Group Corporate Responsibility der Telekom zuständig.
- Die Konsistenz der CR-Strategie mit der Konzern- und Markenstrategie sowie den Konzernwerten wird durch das breit im Konzern verankerte CR Board gestützt.
- Mit übergeordneten Aspekten von Corporate Responsibility befasst sich das HR Leadership Team (HR LT), ein Beratungs- und Beschlussgremium für den Vorstandsbereich Human Resources (HR).
- Die operative Umsetzung der CR-Strategie verantworten die CR-Manager der jeweiligen Geschäftsfelder und Landesgesellschaften. Auf Konzernebene haben sie das CR-Manager-Netzwerk eingerichtet, um wesentliche Entwicklungen abzustimmen und sich auszutauschen.

Um die Erfolge der CR-Strategie überprüfen zu können und zu ermitteln, inwieweit es uns gelingt, den damit verbundenen Führungsanspruch einzulösen, messen wir unsere CR-Leistung regelmäßig mithilfe von CR Key Performance Indikatoren (CR KPI).

CR-RICHTLINIE FÜR GESAMTEN KONZERN VERABSCHIEDET.

Im Dezember 2013 verabschiedete unser Vorstand vorbehaltlich der Zustimmung durch die Mitbestimmungsgremien erstmals eine CR-Richtlinie für den gesamten Konzern: Die „Group Policy Corporate Responsibility“ unterstreicht den Stellenwert, den CR bei uns einnimmt. Sie konkretisiert die Rechte und Pflichten der Unternehmenseinheiten und -funktionen und bezieht sich dabei auf folgende Bereiche: Governance-Strukturen, nachhaltiges Wirtschaften, verantwortungsvolle Lieferkette, Ressourcen- und Energieeffizienz, Klimaschutz, gesellschaftliches und soziales Engagement sowie nachhaltige Dienstleistungen und Produkte für unsere Kunden. Darüber hinaus beschreibt die Richtlinie die CR-Organisation unseres Konzerns – mit dem Konzernvorstand als Träger der obersten Verantwortung für CR. Ab 2014 wird die Implementierung der Richtlinie in den Landesgesellschaften erfolgen.

HANDLUNGSFELDER.

Der technologische Fortschritt sowie zeit- und standortunabhängige Kommunikation verändern unser Leben von Grund auf. Für alle Menschen verfügbares Wissen eröffnet neue Möglichkeiten, globalen Herausforderungen wie dem Klimawandel oder der Alterung unserer Gesellschaft zu begegnen. Kurz: Technologische Innovationen ermöglichen einen nachhaltigeren Lebensstil.

Mit einer gut ausgebauten Netzinfrastruktur und darauf basierenden Produkten und Lösungen schafft die Telekom hierfür die Grundlage. So möchten wir zu einer besseren Vernetzung von Leben und Arbeiten, einer chancengerechten Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft und zum Klimaschutz beitragen. Vom Engagement der Telekom in diesen drei mit unserem Kerngeschäft unmittelbar verbundenen CR-Handlungsfeldern 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 INFORMATIONSGESAMHEIT 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.

Zu den größten Herausforderungen für die Menschheit gehören 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.

CR KEY PERFORMANCE INDIKATOREN.

Die CR KPI dienen als Steuerungsinstrumente. Sie erleichtern eine systematische, transparente und kontinuierliche Verbesserung unserer Leistungen und sind zum Teil auch Bestandteil der Geschäftsberichterstattung.

CR KPI.

Zur Steuerung ihrer CR-Leistung nutzt die Telekom sieben konzernweit gültige Kennzahlen – die CR Key Performance Indikatoren (CR KPI):

- CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“
- CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“
- CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“
- CR KPI „CO₂-Emissionen“
- CR KPI „Energieverbrauch“
- CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“
- CR KPI „Handy-Rücknahme“

Die CR KPI dienen als Steuerungsinstrumente, die eine systematische, transparente und kontinuierliche Verbesserung unserer Leistungen erleichtern. Die Erhebung der konzernweiten CR KPI ist für alle Landesgesellschaften der Telekom verpflichtend. Wie auch in den vergangenen Jahren verwenden wir dabei zum größten Teil einheitliche Erhebungsmethoden und halten die Berichterstattung über mehrere Jahre konstant, um den Vergleich der Werte zu ermöglichen. Ab 2014 wollen wir eine grundsätzliche Überprüfung der CR KPI durchführen und, wo sinnvoll, neue CR KPI in die Datenerhebung integrieren. Trotz der Umstellungen werden wir uns auch in den folgenden Berichtsjahren bemühen, die jetzigen CR KPI parallel weiter zu berichten und den Lesern so Vergleichsmöglichkeiten zu bieten.

BERICHTERSTATTUNG DER CR KPI IM GESCHÄFTSBERICHT.

Der Deutsche Rechnungslegungsstandard DRS 20 bezieht seit 2013 auch steuerungsrelevante, nicht finanzielle Kennzahlen in die Prognoseberichterstattung mit ein. Dies begrüßen wir aus CR-Sicht sehr. Mit dem Ziel, unsere Finanz- und CR-Berichterstattung stärker zu integrieren, haben wir im Geschäftsbericht 2013 deshalb für die wichtigsten CR KPI eine qualitative Trendaussage für die Jahre 2014 und 2015 getroffen. Dies betrifft die CR KPI „Energieverbrauch“, „CO₂-Emissionen“ und „Nachhaltiger Einkauf“. Wir stellen diese CR KPI so gegenüber den Vorjahren prominenter heraus und erfüllen gleichzeitig die Anforderung des DRS 20.

INTERNATIONALISIERUNG.

Die Umsetzung der gemeinsamen CR-Strategie stellt in einem internationalen Konzern besondere Ansprüche an die Zusammenarbeit und erfordert ein koordiniertes Vorgehen aller Einheiten des Konzerns. Hierfür haben wir in den unterschiedlichen Gesellschaften Kompetenzen und Kapazitäten geschaffen, mit denen wir weltweit unsere wesentlichen CR-Ziele umsetzen. Regelmäßig finden CR Manager Meetings und Webkonferenzen statt. Bei der Internationalisierung orientieren wir uns an den drei Handlungsfeldern unserer CR-Strategie. Die meisten der rund 20 im CR-Manager-Netzwerk vertretenen Landesgesellschaften haben diese Handlungsfelder mittlerweile in ihre lokale CR-Strategie übernommen.

INTERNATIONALE KOOPERATION IM CR-MANAGER-NETZWERK.

Im Rahmen seiner internationalen Zusammenarbeit veranstaltet das CR-Manager-Netzwerk regelmäßige Treffen. 2013 fanden das elfte und zwölfte CR-Manager-Meeting am 25. und 26. April bei T-Systems in München sowie am 12. und 13. November bei der OTE-Group in Athen statt.

Im Mittelpunkt des Frühjahrs-Treffens standen Workshops zu Stakeholder-Dialogen in den Landesgesellschaften. Die Teilnehmer entwickelten zudem Vorschläge zur internationalen Gestaltung von Corporate-Volunteering-Aktivitäten im Konzern. Diese wurden beim konzernweiten Tag der Leitlinien von verschiedenen Landesgesellschaften umgesetzt. Außerdem setzten die Teilnehmer systematisch die Arbeit des zehnten Treffens fort und tauschten sich über dort ausgewählte Best-Practice-Beispiele zu den drei CR-Handlungsfeldern unserer CR-Strategie aus. Weiterhin führten sie Diskussionen zum nachhaltigen Beschaffungsmanagement. Diese wurden durch einen per Videokonferenz zugeschalteten Referenten belebt, der eine Lösung zur Umsetzung internationaler Arbeitsstandards bei Lieferanten vorstellte.

Wichtigster Programmpunkt des Athener Herbst-Meetings war die Diskussion von Vorlagen zur CR Policy der Telekom. Aufgegriffen wurden in diesem Zusammenhang auch die lokalen CR-Governance-Strukturen der Landesgesellschaften. Angesichts der Planungen für ein internationales Klimaziel ließen die Teilnehmer sich detailliert über Fortschritte bei der Erhebung von Scope-3-Emissionen informieren. Im Rahmen eines Gastvortrags wurden außerdem die CR-Aktivitäten der Deutschen Telekom aus der externen Perspektive eines Investors beleuchtet.

Weitere Themen werden in den häufigen Telefonkonferenzen des Netzwerks bearbeitet. Hierbei stellten interne Experten im Herbst das Projekt „green energy procurement“ vor.

NACHHALTIGKEITSAUSSCHUSS BEI HRVATSKI TELEKOM EINGESETZT.

Im Juli 2013 wurde ein Nachhaltigkeitsausschuss gegründet, der den Aufsichtsrat von Hrvatski Telekom in Fragen der Nachhaltigkeit einbinden und die Umsetzung der Richtlinien und internationalen Standards der Nachhaltigkeitsberichterstattung überwachen soll. Der Ausschuss berichtet direkt an den Aufsichtsrat. Im Rahmen seiner Aufgaben überwacht er die Umsetzung der Nachhaltigkeit, erörtert potenzielle Handlungsfelder und bringt Vorschläge zur Nachhaltigkeit ein. Der Ausschuss besteht aus drei Mitgliedern. Sowohl der Vorsitzende als auch die anderen beiden Mitglieder werden vom Aufsichtsrat benannt.

STRATEGIE-ROADSHOW.

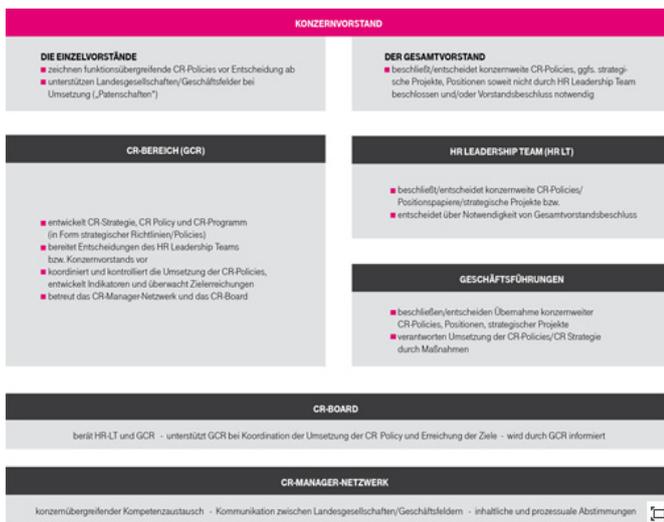
Im Februar 2014 wurde dem Unternehmensvorstand der T-Mobile Netherlands die aus der konzernweiten CR-Strategie abgeleitete und den niederländischen Bedürfnissen angepasste CR-Strategie von T-Mobile Netherlands vorgelegt. Neben dem allgemeinen Ziel, die CR-Governance zu verbessern, geht es in der niederländischen CR-Strategie um die Übernahme von Verantwortung in Kernbereichen (entsprechend den Ergebnissen, die in einem Materiality-Prozess definiert wurden), die Festlegung der Ziele des gesellschaftlichen Engagements (im Einklang mit der CR-Strategie des Konzerns) sowie um eine stärkere Positionierung des Unternehmens in der nationalen CR-Debatte. Im Bereich der betrieblichen Prozesse sieht die niederländische CR-Strategie vor, die CO₂-Ziele an die Ziele der Deutschen Telekom anzupassen und Kosten durch Energieeinsparung und weniger Materialabfälle zu senken. Schließlich will T-Mobile Netherlands mobile Arbeitsweisen fördern, um so die Mitarbeiterbindung zu stärken, sowie ein Programm für ehrenamtliches Engagement ins Leben rufen.

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. Die Gesamtverantwortung für CR liegt beim Vorstand der Deutschen Telekom. So stellt der Konzern sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte verbindlich in alle unternehmerischen Tätigkeiten integriert werden und unterstreicht damit sein Bekenntnis zu gesellschaftlichem Engagement.

AKTUELLE ORGANISATIONSSTRUKTUR.

CR-Governance



Die Ausrichtung der CR-Strategie und ihre operative Umsetzung sind durch eine integrierte Governance-Struktur innerhalb des gesamten Telekom-Konzerns eng miteinander verzahnt. Die Gesamtverantwortung für CR trägt der Vorstand der Deutschen Telekom. Hiermit stellen wir sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte verbindlich in alle unternehmerischen Tätigkeiten integriert werden, und unterstreichen damit unser Bekenntnis zu gesellschaftlichem Engagement. Für das strategische CR-Management und die CR-Fachkommunikation ist der CR-Bereich (Group Corporate Responsibility) zuständig.

Als einer der Treiber der Erneuerung unseres Unternehmens ist der CR-Bereich organisatorisch in der Einheit Group Transformational Change & Corporate Responsibility (GTC) angesiedelt. Aufgabe der beim Personalvorstand verankerten Einheit ist es, die Unternehmenskultur mit Schwerpunkt auf Innovation, Eigenverantwortung, unternehmerische Initiative („Entrepreneurship“) und gesellschaftliche Verantwortung weiterzuentwickeln.

Eine weitere Säule der CR-Governance-Struktur ist das HR Leadership Team (HR LT). Dabei handelt es sich um ein Beratungs- und Beschlussgremium für den Vorstandsbereich Human Resources (HR). Es setzt sich aus Führungskräften eine Ebene unterhalb des Konzernvorstands HR zusammen und entscheidet unter anderem über konzernweite Richt- und Leitlinien, Positionierungen zu CR und die strategische Ausrichtung des CR-Bereichs.

Der CR-Bereich und das HR LT werden im CR-Management und bei der Entwicklung von Vorschlägen zur CR-Strategie durch das CR Board beraten und unterstützt.

Für die operative Umsetzung der CR-Strategie sind die CR-Manager der jeweiligen Geschäftseinheiten und Landesgesellschaften verantwortlich. Um ihre Aufgaben zu koordinieren und voneinander zu lernen, arbeiten sie im internationalen CR-Manager-Netzwerk intensiv zusammen.

INTEGRIERTES HSE-MANAGEMENTSYSTEM.

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 für Arbeits- und Gesundheitsschutz und ISO 14001 für Umweltmanagement basiert. Derzeit stehen 42 internationale Gesellschaften im Fokus unserer HSE-Strategie. Davon sind 34 extern zertifiziert oder intern auditiert (Stand April 2014).

CR-CONTROLLING UND INTEGRIERTES REPORTING.

Das CR-Controlling der Deutschen Telekom übernimmt bei der Steuerung unserer CR-Aktivitäten eine wichtige Funktion. Seit fünf Jahren wird es durch ein IT-basiertes Datenerfassungssystem unterstützt. Hierdurch stehen uns mehr Kapazitäten für eine umfassende Analyse der CR-Daten zur Verfügung. So können wir beispielsweise besser erkennen, ob wir unsere CR-Ziele erreichen. Außerdem stellt das System konzernweit einen transparenten Berichterstattungsprozess von CR-Daten und -Kennzahlen sicher. Es unterstützt darüber hinaus einheitliche und verbindliche Abläufe auf Konzern- und Landesebene und ermöglicht konzerninterne Vergleiche („Benchmarks“). 2011 wurden CR-Daten und CR KPI in das konzernweite Tool zur Finanzdatenerfassung integriert. Dadurch wollen wir die Prozesse der Geschäfts- und CR-Berichterstattung im Hinblick auf ein künftiges „Integriertes Reporting“ weiter zusammenführen.

Landesgesellschaft	Zertifikate	Zertifizierung/ Auditierung
Albania Mobile Communications (AMC)	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Mobile Austria	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Austria	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Belgium	/	/
T-Systems Brazil	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
Cosmote Bulgaria	/	/
T-Systems China	/	/
Hrvatski Telekom, Croatia	/	extern
T-Mobile Czech Republic	ISO 14001 	extern
T-Systems Czech Republic	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Nordic (Denmark)	/	intern
T-Systems France	/	/
Cosmote Greece	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
OTE Telecom, Greece	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Hongkong	/	/
ITS Hungary (T-Systems)	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Japan	/	/
Magyar Telekom, Hungary	ISO 14001 	intern
Makedonski Telekom, Macedonien	ISO 14001 	intern
T-Mobile Macedonia	ISO 14001 	intern
T-Systems Malaysia	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Mexico	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
Crnogorski Telekom Montenegro	/	intern
T-Mobile Montenegro	/	intern
T-Mobile Netherlands	ISO 14001 	extern
T-Systems Netherlands	ISO 14001 , OHSAS 18001	extern

		
T-Systems UK	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Mobile Poland (PTC alt)	ISO 14001 	extern
T-Systems Poland	/	/
Cosmote Romania	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
Rom Telekom	ISO 14001 	extern
T-Systems CIS (Russia)	/	/
T-Systems Singapore	/	intern
Slovak Telekom, Slovakia	ISO 14001 	extern
T-Systems Slovakia	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
Deutsche Telekom Shared Services Slovakia	/	intern
T-Systems South Africa	ISO 14001  , OHSAS 18001 	extern
T-Systems Spain & Iberia	ISO 14001 	extern
T-Systems ELTEC SL Spain	ISO 14001 	extern
T-Systems Schweiz		intern
T-Mobile USA		intern
T-Systems Nordamerika	/	intern

Reporting von CR-Kennzahlen außerhalb des CR-Berichts.

Seit dem zweiten Quartal 2013 sind die CR KPI „Energieverbrauch“ und „CO₂-Emissionen“ vierteljährlich Bestandteil des „HR KPI Reports“ und damit der Berichterstattung für das Top-Management des Konzerns.

In diesen dem Gesamtvorstand monatlich vorgelegten Bericht werden damit vierteljährlich wesentliche CR-Informationen integriert. Auch in unserem Geschäftsbericht haben wir CR KPI im Rahmen der schrittweisen Zusammenführung unserer Geschäftsberichts- und CR-Berichtsprozesse integriert. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel Finanzen.

FINANZEN.

Nachhaltige Wertentwicklung für die T-Aktie.

Nachhaltig ausgerichtete Investoren setzen vornehmlich auf langfristige Renditen statt auf kurzfristige Gewinne. Ihre Investitionen (Socially Responsible Investments, SRI) sind damit für die langfristige Kapitalsicherung der Deutschen Telekom AG von besonderer Bedeutung. Deshalb verstehen wir die SRI-Anlageentscheidungen zugunsten der T-Aktie als Ansporn, noch nachhaltiger zu wirtschaften.

SRI-Anlageprodukte bestehen in der Regel aus Wertpapieren von Unternehmen, die einer Überprüfung nach sogenannten ESG-Kriterien in den Bereichen Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung standhalten. Die Entwicklung der Nachfrage nach der T-Aktie in dieser Anlagekategorie dient uns deshalb als Indikator, um unsere Nachhaltigkeitsleistung zu beurteilen. Hierfür messen wir den Anteil unserer Aktien, die von teilweise oder vorrangig an SRI/ESG-Kriterien orientierten Fonds gehalten werden, am Gesamtvolumen aller T-Aktien. Dieser Wert ist 2013 gegenüber dem Vorjahr deutlich auf 20,6 Prozent gestiegen. Dies ist vor allem auf die positive Entwicklung bei den zumindest teilweise an SRI/ESG-Kriterien orientierten Fonds zurückzuführen.

Transparenz für Analysten und Investoren.

Nachhaltig orientierte Investoren und Börsenindizes richten sich vielfach nach den Ratings spezialisierter SRI-Analysten. Diese haben daher großen Einfluss auf unsere Unternehmensreputation in der Finanzwirtschaft. Deshalb hängt es unter anderem von den Bewertungen der SRI-Analysten ab, ob wir unser Ziel erreichen können, die mittel- und langfristigen Kapitalkosten unseres Unternehmens auf einem niedrigen Niveau zu halten. Um den SRI-Analysten ein positives Rating der T-Aktie zu ermöglichen, unterstützen wir sie durch transparente Berichterstattung zu wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen. Beispielsweise führen die Bereiche CR und Investor Relations (IR) hierzu gemeinsame Finanzmarkt-Roadshows durch. Wie 2013 sind auch für 2014 wieder entsprechende Veranstaltungen vorgesehen. 2013 beantworteten wir außerdem zahlreiche direkte Informationsanfragen von Analysten und Investoren. Wir deckten dabei das gesamte Spektrum der ESG-Kriterien von Klimaschutz über Menschenrechte bis zu Diversity ab.

Interessierte Investoren informieren wir zudem über verschiedene Kommunikationskanäle zu Nachhaltigkeitsthemen: Seit mehreren Jahren veröffentlichen wir wesentliche CR KPI der Telekom in unserem Geschäftsbericht – 2014 erstmals ergänzt um Prognosen zu unserer nachhaltigen Entwicklung in den kommenden zwei Jahren. Außerdem haben wir unser Investor-Relations-Portal um die Rubrik „Nachhaltiges Investment“ (SRI) erweitert. Am Thema Nachhaltigkeit interessierte Finanzmarktakteure können sich dort über die Positionen unseres Vorstands zur CR-Strategie der Telekom und unsere Präsenz in wichtigen Nachhaltigkeitsindizes informieren.

CR KPI „NACHHALTIGES INVESTMENTS (SRI)“.

Der CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“ gibt den Anteil von T-Aktien der Deutschen Telekom AG an, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie teilweise oder vorrangig SRI-Kriterien berücksichtigt. Im Jahr 2013 wurden 19 Prozent der Aktien von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. Circa 2 Prozent der T-Aktien wurden wie im Vorjahr von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI-Gesichtspunkten managen.

Nachhaltige Anlagestrategie der Telekom Pensionswerke.

Das Thema nachhaltige Kapitalanlagen wird bei der Telekom ganzheitlich betrachtet. Auch das von der Telekom am Kapitalmarkt angelegte Vermögen für die betriebliche Altersversorgung und ähnliche Verpflichtungen in Deutschland werden nach unseren Nachhaltigkeitsgrundsätzen ausgerichtet. Diese haben wir in Form von Ausschlusskriterien in der 2013 eingeführten nachhaltigen Anlagestrategie für Versorgungsträger der Telekom verankert. Die Kriterien untersagen Investments in Unternehmen, die ABC-Waffen, Antipersonenminen oder Streubomben produzieren beziehungsweise diese handeln oder die wiederholt gegen die UN-Global-Compact-Prinzipien verstoßen haben. Außerdem dürfen die Telekom-Versorgungsträger keine Anleihen von Staaten erwerben, die mit völkerrechtlichen Sanktionen belegt sind. Die Versorgungsträger haben 2013 ihre Zustimmung zu unserer nachhaltigen Anlagestrategie erklärt.

Wir sind überzeugt, dass die Umsetzung der nachhaltigen Anlagestrategie hilft, unsere finanziellen Risikokennzahlen zu verbessern. Zudem wird die Wahrnehmung der Telekom als nachhaltiger Konzern gefördert. Sie hilft uns, risikobehaftete und kontrovers bewertete Kapitalanlagen zu vermeiden und stattdessen in langfristig stabile Werte zu investieren, die mit unseren Nachhaltigkeitsgrundsätzen im Einklang stehen. Unsere nachhaltige Anlagestrategie werden wir nach zwei Jahren überprüfen und 2016 die Ausschlusskriterien aufgrund der Erfahrungen eventuell durch flankierende Ansätze ergänzen.

AKTUELLE POSITION IN RANKINGS UND RATINGS.

Im Berichtsjahr hat die T-Aktie wie in den Vorjahren bei SRI-orientierten Analysten gut abgeschnitten. Sie war in wichtigen Rankings wie dem StoXX Global ESG Leaders Index gelistet und erhielt das Gütesiegel oekom Prime. Außerdem wurde sie erfolgreich in die 2013 neu aufgelegten Indizes UN Global Compact 100 und iSTOXX Europa 50 SD-KPI aufgenommen. Beide beruhen auf den Ratings der Agentur Sustainalytics.

Außerdem ist die Deutsche Telekom für das Jahr 2013 Branchensieger im „oekom CR Review“ geworden. Im Gegensatz zum ausführlichen oekom-Rating findet dieses „Interim Update“ auf jährlicher Basis und ohne Einbeziehung der Unternehmen statt. Alle Unternehmen werden hierbei nach einem einheitlichen Verfahren und auf Basis umfassender Kriterienkataloge von circa 100 Einzelkriterien analysiert. Weitere Branchensieger sind unter anderem Marks & Spencer, Renault, Coca Cola, Philips und die Swiss Re.

Weiterhin konnten wir im Berichtsjahr unser Ergebnis im SAM-Rating, das Leistungen im Nachhaltigkeitsmanagement bewertet, gegenüber dem Vorjahr wieder verbessern. Diese Verbesserung hat jedoch nicht für eine erneute Aufnahme in die Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI) gereicht, da das Anspruchsniveau erneut gestiegen ist und sich der Betrachtungsrahmen geändert hat. Für 2014 streben wir eine Wiederaufnahme an.

Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die wesentlichen Nachhaltigkeitsindizes, in denen die T-Aktie in den vergangenen Jahren geführt wurde. Einen Überblick über weitere Auszeichnungen und Zertifikate finden Sie hier.

Rating-Agentur	Indizes/Prädikate/ Ranking	Erfolge Index-Listing				
		2013	2012	2011	2010	2009
SAM	DJSI World	✗	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✗	✓	✓	✓	✓
Oekom	„Prime“ ^a	✓	✓	✓	✓	✓
Sustainalytics	iSTOXX 50 SD KPI/Überproportionale Berücksichtigung DT (neu seit 2013)	✓	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
	STOXX Global ESG Leaders	✓	✓	✓	n.a.	n.a.
	UN Global Compact 100 (neu seit 2013)	✓	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
imug/EIRIS	FTSE4Good ^a	✓	✓	✓	✓	✓
VIGEO	ASPI (Index Juni 2013 aufgelöst)	✓	✓	✓	✓	✓
	ESI	✗	✗	✓	✓	✓
CDP	Carbon Disclosure Leadership ^b	✓	✗	✗	✗	✗
	Carbon Performance Leadership	✗	✗	✗	✓	n.a.
Newsweek Green Rankings	Aufnahme in Global Top 500 ^c	✓	✓	✓	✓	n.a.
Sarasin	DAX Global Sarasin Sustainability ^a	✓	✓	✓	✓	✓
MSCI	MSCI Global Climate	✗	✗	✓	✓	✓

✓ erfolgreich gelistet ✗ nicht gelistet

^a Rating-Bewertung der DT wurde zuletzt 2012 durchgeführt und ist für 2014 wieder geplant.

^b Erstmalige Aufnahme in den Carbon Disclosure Leadership Index der DACH Region (Deutschland, Österreich, Schweiz).

^c Ranking wurde zuletzt 2012 durchgeführt (Global #41). Nächstes Ranking 2014 geplant.

Anzahl und Komplexität der Ratinganfragen mit CR-Bezug nahmen auch 2013 weiter zu. Bei ihrer Beantwortung konzentrieren wir uns daher auf einige Ratings, um den Aufwand in einem vertretbaren Rahmen zu halten. Zur Koordination der nötigen Ressourcen legen wir außerdem Wert auf ausreichende, verbindlich festgelegte Bearbeitungsfristen für die Beantwortung der Anfragen. Weiterhin wünschen wir uns einen guten Einblick in die Bewertungsverfahren, damit wir Optimierungspotenziale im Konzern aus Sicht externer finanzieller Stakeholder

besser erkennen und adressieren können. Unser Ziel ist, immer einen der Spitzenplätze zu erreichen und damit die Basis für eine Aufnahme in wichtige Nachhaltigkeitsindizes zu schaffen.

INTEGRIERTE BERICHTERSTATTUNG.

International zeichnet sich ein Trend zur Integration von finanzieller und nicht-finanzieller Berichterstattung ab. Das bedeutet, dass wichtige Nachhaltigkeitsaspekte wie Umweltschutz, Mitarbeiterbelange oder nachhaltige Produkte zunehmend in die klassische Lageberichterstattung aufgenommen werden. Die Telekom begrüßt diese Entwicklung. Eine Integration fördert den Austausch zwischen verschiedenen Konzernfunktionen und erhöht die Glaubwürdigkeit durch einheitliche Prüfstandards. Wir haben deshalb begonnen, unsere Berichtsprozesse schrittweise näher zusammenzuführen.

Verantwortung ist integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. Deshalb berichten wir hierüber auch in unterschiedlichen Kapiteln unseres Geschäftsberichts und weisen dort darauf hin, wie Nachhaltigkeit in unseren Unternehmensprozessen zur Wertschöpfung beiträgt. Dabei verwenden wir unter anderem spezielle Kennzahlen (CR Key Performance Indikatoren, CR KPI). Seit 2011 nutzen wir diese auch für unsere Geschäftsberichterstattung. Mit dem Ziel, unsere Finanz- und CR-Berichterstattung stärker zu integrieren, haben wir im Geschäftsbericht 2013 außerdem für die wichtigsten CR KPI eine qualitative Trendaussage für die Jahre 2014 und 2015 getroffen. Dies betrifft die CR KPI „Energieverbrauch“, „CO₂-Emissionen“ und „Nachhaltiger Einkauf“. Damit wollen wir einerseits die veränderten Anforderungen des Kapitalmarkts erfüllen und andererseits CR als Querschnittsthema stärker in die verschiedenen Konzernfunktionen hineinragen. Um die CR- und Geschäftsberichtsprozesse weiter zu verzahnen, veranstalteten wir im Oktober 2013 einen bereichsübergreifenden Workshop zur Integrierten Berichterstattung.

Die Verwendung einiger unserer CR KPI im Geschäftsbericht zeigt, dass nicht finanzielle Steuerungsgrößen für die Telekom von großer Bedeutung sind. Dank der Qualität ihres Erhebungsprozesses eignen sich die CR KPI auch für die Finanzberichterstattung. Nicht nur die im Geschäftsbericht publizierten, sondern alle CR KPI der Telekom lassen wir durch Wirtschaftsprüfer überprüfen. Im Rahmen unserer CR-Berichterstattung legen wir außerdem weitere, unter ESG-Geschichtspunkten offen relevante Daten offen. Ein Großteil dieser Daten wurde ebenfalls von unabhängiger Seite geprüft.

CR-PROGRAMM.

In ihrem CR-Programm definiert die Telekom verbindliche Ziele zur konzernweiten Umsetzung in den relevanten Prozessen ihres Kerngeschäfts.

Im CR-Programm 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:

- Konzernrichtlinie Corporate Responsibility vom Konzernvorstand verabschiedet
- Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen im Jahr 2013 von 14 Prozent auf 20 Prozent gestiegen
- Konzernweiter Anteil von Frauen in Führungspositionen von 19 Prozent (Februar 2010) auf 25 Prozent (Dezember 2013) gesteigert
- Konzernweite Reduktion der CO₂-Emissionen um 20 Prozent im Vergleich zu 2008 als konzernweites Klimaschutzziel vom Konzernvorstand verabschiedet
- Verbindliche CR-Klausel ist seit Juni 2013 fester Bestandteil der Allgemeinen Einkaufsbedingungen
- Als erster Netzbetreiber in Deutschland setzt die Telekom den sicheren Verschlüsselungsstandard A5/3 für Abhörschutz im GSM-Netz ein
- Die „Ich kann was!“-Initiative wurde seitens UNESCO 2013 erstmals als Maßnahme zur UN-Dekade ausgezeichnet

CR-PROGRAMM 2013.

Strategie & Management.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Weiterentwicklung CR-Governance	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzernrichtlinie Corporate Responsibility entwickeln, diese vom Konzernvorstand verabschieden lassen und in den einzelnen Konzerngesellschaften einführen ▪ Integration von CR in zentrale Geschäftsprozesse vorantreiben ▪ CR in die Konzernstrategie integrieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzernrichtlinie Corporate Responsibility vom Konzernvorstand verabschiedet ▪ Übergang zu einer integrierten Berichterstattung über einen internen Workshop vorangetrieben ▪ drei CR KPI in der Geschäftsberichterstattung um eine qualitative Trendaussage für die Jahre 2014 und 2015 erweitert
Werte verankern, Wandel begleiten	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> ▪ den Bereich Group Transformational Change (verantwortlich für Guiding Principles und zahlreiche Formate zu Einfachheit, agilem Arbeiten und Kundenorientierung) als Nukleus für kulturelle Erneuerung der Telekom weiter aufbauen ▪ Programme zu Corporate Entrepreneurship (Magenta MOOC) durchführen ▪ neue Formen der Zusammenarbeit im Konzern fördern ▪ am gesellschaftlichen Diskurs zu relevanten Themen teilnehmen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ konzernweite Durchführung von Programmen und Formaten – virtuell oder als Präsenzveranstaltung
Strukturelle und inhaltliche Weiterentwicklung der KPI	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ alle KPI stetig auf ihren Nutzenbeitrag überprüfen, konzernweit verpflichtend gestalten und mit Zielwerten belegen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2014 Berechnungsgrundlage für den CR KPI „CO₂-Emissionen“ auf Basis des Konzernklimaschutzziels angepasst
Integration von Guidelines und Principles	abgeschlossen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ UN-Global-Compact-Prinzipien prozessual in alle Vorstandsressorts integrieren und Fortschritt überwachen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zuordnung der Prinzipien zu einzelnen Vorstandsressorts und Monitoringprozesse vom Konzernvorstand beschlossen

Integration von CR in Risikomanagementprozesse des Konzerns	abgeschlossen	<ul style="list-style-type: none"> CR in die regelmäßigen Berichtsstrukturen des Konzernrisikomanagements integrieren 	<ul style="list-style-type: none"> bedarfsorientierte Integration von CR ins Risiko-Cockpit des Risikomanagements und des Risikoberichts an den Konzernvorstand Personal erfolgt
---	---------------	--	---

Stakeholder-Einbeziehung.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Systematische Stakeholder-Einbeziehung	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> Stakeholder-Engagement-Strategie nach Standard AA1000  umsetzen 	<ul style="list-style-type: none"> Zertifizierung nach AA1000  (First Level) erhalten jährliche Überprüfung im Rahmen der CR-Berichterstattung (Typ-2-Prüfung) 2013 erfolgt
Etablierung eines Materiality-Prozesses	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> jährliche Wesentlichkeitsanalysen durchführen (Materiality-Prozesse) 	<ul style="list-style-type: none"> Wesentlichkeitsanalyse 2014 durchgeführt

Klimaschutz.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Neu: Konzernweite Reduktion der CO ₂ -Emissionen um 20 Prozent ¹ im Vergleich zu 2008 (Climate Mitigation): Für Deutschland nach wie vor: 30 Prozent Reduktion gegenüber 2008	2020	<ul style="list-style-type: none"> Konzernklimaschutzziel vom Vorstand verabschieden lassen Klimaschutzaktivitäten international ausrollen 	<ul style="list-style-type: none"> konzernweites Klimaschutzziel vom Konzernvorstand verabschiedet
Anpassung an den Klimawandel (Climate Adaptation)	2020	<ul style="list-style-type: none"> Maßnahmen zur Ausrichtung des Unternehmens auf Klimaveränderungen unterstützen Chancen auf der Produktentwicklungs- und -angebotsseite nutzen integrierte Klimaschutzstrategie entwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> Veröffentlichung einer von DT unterstützten Studie der International Telecommunications Union (ITU) zu Chancen und Herausforderungen für die ITK-Branche geplant

Etablierung eines umfassenden Carbon Accounting und eines Environmental Footprinting (neu)	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Methoden für unternehmens- und produktbezogenen CO₂-Fußabdruck entwickeln und in das Berichtswesen integrieren ▪ Methoden für übergreifenden Umwelt-Fußabdruck auf Unternehmens- und Produktebene entwickeln (Environmental Footprint) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ interner Leitfaden zur Kalkulation des unternehmensbezogenen CO₂-Fußabdrucks extern verifiziert ▪ Voraussetzungen für die Datenerhebung zur Berechnung der Scope-3-Emissionen <input type="checkbox"/> geschaffen
Ableitung von Geschäftspotenzialen aus der Anwendung der Studien SMART 2020 und SMARTer 2020	2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wachstumfelder identifizieren und deren Anteil am Umsatz des Konzerns gegenüber Basisjahr 2011 signifikant steigern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Austausch zwischen CR-Bereich des Konzerns und neuen Geschäftsfeldern Energy, Health und Connected Car institutionalisiert

Ressourcenmanagement.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Optimierung des Abfallmanagements	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „International Waste Management“ entwickeln (Vermeidung, Wiederverwendung, Recycling) und implementieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „International Waste Management“ konzernintern abgestimmt ▪ verbindliche Konzern-KPIs zur internen Verwendung abgestimmt
Steigerung der Energieeffizienz und des Einsatzes erneuerbarer Energien	2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Energieeffizienzpotenziale identifizieren und erschließen ▪ zielführenderen KPI zum Monitoring der Energieeffizienz entwickeln und etablieren ▪ Anteil erneuerbarer Energien am Energiebezug der europäischen Landesgesellschaften erhöhen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterstützung eines Projekts des Konzerneinkaufs zur europaweiten Konsolidierung der Energiebeschaffung und der Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien ▪ EU Broadband Code of Conduct und EU Data Center Code of Conduct gezeichnet

Managementsysteme.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Implementierung eines konzernweiten Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Dachzertifizierung nach ISO 14001 für alle relevanten Gesellschaften im Konzernverbund veranlassen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Implementierung bei 25 von insgesamt 42 internationalen Gesellschaften bis Ende 2013 durchgeführt
Implementierung eines Arbeitsschutz-, Gesundheits- und Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 und OHSAS 18001	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ auf Basis der beiden Standards ein integriertes Managementsystem implementieren und die unterschiedlichen Niveaus der Managementprozesse in den konzernweiten Einzelgesellschaften harmonisieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bis Ende 2013 waren 13 der insgesamt 42 internationalen Gesellschaften vollständig in das integrierte Arbeits-, Gesundheits- und Umweltmanagementsystem nach OHSAS 18001 und ISO 14001 integriert. Sieben weitere Gesellschaften besitzen gültige externe Zertifikate. Weitere neun internationale Gesellschaften waren intern nach beiden Normen auditiert.

Nachhaltiger Konsum und Lebensstil.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Evaluation von Produkten und Lösungen auf ihren Nachhaltigkeitsbeitrag	Frist verlängert von 2015 auf 2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ die mit externen und internen Stakeholdern entwickelten Kriterien und Indikatoren in Prozesse implementieren ▪ produktbezogenes Nachhaltigkeitscontrolling in Geschäftsprozesse integrieren und konzernweit harmonisieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Workshop in Planung ▪ strategische Anleitung und Bereitstellung von Informationen zur dezentralen Umsetzung in den Konzerngesellschaften entwickelt ▪ Leitfaden für relevante Prozessakteure entwickelt
Stakeholder-Einbeziehung und Kundeninformation	Frist verlängert von 2015 auf 2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche durchführen ▪ nachhaltigkeitsbezogene Kundenorientierung entwickeln ▪ internationale Standardisierung, z.B. über Gütesiegel oder Zertifizierung, im ICT-Sektor vorantreiben 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche durchgeführt ▪ ausgewählte Produkte der Sinus-Endgerätefamilie mit Blauem Engel ausgezeichnet

Integration von Life Cycle Assessment und Nutzungsverhalten (Sustainable Consumption)	2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Effizienzpotenziale im Produktlebenszyklus erschließen sowie Produkte und Lösungen im Hinblick auf Nachhaltigkeitskriterien weiterentwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ erfolgreiche Weiterentwicklung der Mietmodellnutzung von Endgeräten (z.B. Media Receiver) zwecks Erhöhung Recyclinganteil und Nutzungsdauer
---	------	--	---

Sustainable Innovation and Entrepreneurship.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Entwicklung innovativer, nachhaltiger Geschäftsmodelle	2020	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rahmenbedingungen zur Förderung von Innovation im Bereich Nachhaltigkeit etablieren sowie junge Unternehmen und Existenzgründungen identifizieren und evaluieren (Partnering) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ weitere Start-ups im Projekt „hub.raum“ aufgenommen sowie neue Büros in Krakau und Tel Aviv eröffnet ▪ interne Ideengartenaktion zum Thema Klimaschutz durchgeführt ▪ Nachbarschafts-Tauschportal wir.de erfolgreich ausgegründet ▪ Workshop Sustainable Innovation mit internen und externen Stakeholdern durchgeführt

Socially Responsible Investment.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen steigern	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ratingergebnisse weiter verbessern ▪ direkten Dialog mit Investoren auf SRI-Roadshows und in SRI-Calls führen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen im Jahr 2013 von 14 Prozent auf 20 Prozent gestiegen
Nachhaltige Anlagestrategie für Deutsche-Telekom-Pensionswerke etablieren	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kriterien implementieren, die sicherstellen, dass die Deutsche-Telekom-Pensionswerke in nachhaltige Aktien und Anlagen investieren 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Anlagepolitik für Deutsche-Telekom-Pensionswerke auf Basis definierter Ausschlusskriterien vom Pension Asset Committee der Deutschen Telekom verabschiedet

Sustainable Supply Chain.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Anteil risikoevaluiertes Einkaufsvolumen (erste Lieferebene) auf mindestens 75 Prozent steigern	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ E-TASC (Risk Self-Assessment) ▪ Lieferantenaudits ▪ Präqualifikationsfragebogen ▪ Transparenz Lieferkette (2. und 3. Ebene) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einkaufsvolumen 2013 wie im Vorjahr zu 54 Prozent abgedeckt
Verankerung von Nachhaltigkeit im konzernweiten Einkauf	2014	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Entwicklung zusätzlicher KPI zur Messung der Nachhaltigkeit im Einkauf ▪ sukzessive Integration von Nachhaltigkeit in das neue Vendor-Management ▪ Beratung und Ausrichtung der Sustainable Procurement Working Group zur weiteren Integration von Nachhaltigkeit in den Einkauf 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzept zur Integration von Nachhaltigkeit in das Vendor-Management entwickelt ▪ Kick-off der neu strukturierten SPWG (Sustainable Procurement Working Group) im Dezember 2013 durchgeführt
Verbesserung der Nachhaltigkeit in unserer Lieferkette	2014	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Migration des Online-Informationssystems E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) vorantreiben ▪ Durchführung eines Pilotprojekts für das Lieferantenentwicklungsprogramm 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einladung der Lieferanten zu EcoVadis, der neuen Plattform für E-TASC, erfolgt ▪ Auswahl eines Kooperationspartners für das Lieferantenentwicklungsprogramm erfolgt

Gesellschaftliches Engagement.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Integration von Menschen in die Wissens- und Informationsgesellschaft	2015	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Initiative „Ich kann was!“ als Leuchtturmprojekt weiter ausbauen ▪ externe Wahrnehmung als gesellschaftlich verantwortlich agierendes Unternehmen ausbauen ▪ Wirkungstransparenz des gesellschaftlichen Engagements weiter verbessern: <ul style="list-style-type: none"> ▪ kontinuierliche Wirkungsmessung für gesellschaftliches Engagement durchführen ▪ mindestens ein Leuchtturmprojekt beispielhaft aufbereiten ▪ CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ weiterentwickeln ▪ interne Rahmenbedingungen zur Stärkung gesellschaftlicher Verantwortung (z.B. Spendenrichtlinie) weiterentwickeln 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ „Ich kann was!“-Initiative seitens UNESCO  2013 als Maßnahme zur UN-Dekade ausgezeichnet ▪ kontinuierlichen Prozess zur Erhöhung der Wirkungstransparenz des gesellschaftlichen Engagements fortgesetzt: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Evaluierung der Aktivitäten von engagement@telekom fortgeführt, u.a. zum Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“: Evaluationsergebnisse anlässlich des fünfjährigen Jubiläums der „Ich kann was!“-Initiative: 500 Projekte gefördert und damit 50 000 Kinder- und Jugendliche erreicht ▪ Überprüfung des CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ für 2014 geplant ▪ Verständigung über gemeinsames Vorgehen zu „engagement@telekom“ im Rahmen des internationalen CR-Manager-Netzwerks erzielt ▪ Implementierung der vom Konzernvorstand 2012 beschlossenen Spendenrichtlinie in Deutschland abgeschlossen

Netze.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Abdeckung von ca. 65 Prozent der Haushalte mit Glasfasernetz	2016	<ul style="list-style-type: none"> ▪ FTTH-Anschlüsse (Glasfaser  bis zum jeweiligen Haushalt) weiter ausbauen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ FTTH-Anschlüsse bereits in 25 Städten eingerichtet
LTE-Abdeckung von 85 Prozent der Bevölkerung	2016	<ul style="list-style-type: none"> ▪ weitere Basisstationen einrichten ▪ LTE-1800- und das LTE-800-Netz weiter aufbauen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ LTE 1800 in über 180 Städten verfügbar

Beschäftigte.

Ziele	Geplanter Abschlussstermin	Maßnahmen	Status
Lebensphasenorientierte Personalpolitik	fortlaufend	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben verbessern 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterstützung bei der Familienpflege durch Beratungs- und Vermittlungsgespräche sowie Kurzseminare (auch für 2014) bundesweit angeboten ▪ Zahl der Eltern-Kind-Büros um elf auf insgesamt 18 (an 15 Standorten) erhöht ▪ Modelle zur Flexibilisierung der Arbeitszeiten ausgebaut ▪ Netzwerk zur Kontaktpflege für Mitarbeiter in Elternzeit „Stay in Contact“ eingerichtet ▪ flexible Angebote für Auszubildende implementiert bzw. ausgebaut, z.B. Ausbildung in Teilzeit oder Einstiegsqualifizierung (Projekt EQ) ▪ Einführung einer Rückkehrgarantie aus Teilzeit zum 1. Januar 2014 im Rahmen der „HR Moves“-Initiative ▪ Start der Initiative „Flexible Working“ mit 50 Führungskräften als Botschafter für flexibles Arbeiten
		<ul style="list-style-type: none"> ▪ berufsbegleitendes Studieren fördern („Bologna@Telekom“) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Studienförderung von insgesamt 700 Mitarbeitern in 13 Bachelor- und 14 Masterstudiengängen für den Zeitraum 2012/2013 bewilligt

Realisierung einer Frauenquote von 30 Prozent für mittlere und obere Führungspositionen als erstes DAX-30-Unternehmen

2015

- Chancengleichheit, Diskriminierungsfreiheit und Wettbewerbsfähigkeit sicherstellen
- gezielte Quotierungen entlang der gesamten Talentpipeline durchführen
- „Managing Diversity“-Modul für Führungskräfte trainings konzipieren und umsetzen
- Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben verbessern
- konzernweiten Anteil von Frauen in Führungspositionen von 19 Prozent (Februar 2010) auf 25 Prozent (Dezember 2013) gesteigert
- Quotenentwicklung überwacht, Maßnahmen abgeglichen, bewertet und, wo nötig, neue aufgesetzt
- Pilottrainings „Managing Diversity“ evaluiert und für Regelbetrieb angepasst
- aktuelles Portfolio mit Multiplikatoren, Netzwerkern und im Projekt „Karriere mit Kind“ überprüft und die Ergebnisse in die Weiterentwicklung unserer Arbeitsbedingungen eingebracht

Demografische Entwicklung als Chance verstehen und nutzen

2013/2014 und fortlaufend

- Lösungen und Maßnahmen, die 2013 im Rahmen der HR-Initiative „Demografie als Chance“ entwickelt wurden, sukzessive realisieren bzw. umsetzen sowie weitere demografiebezogene Maßnahmen entwickeln und implementieren
- sich regelmäßig mit dem Sozialpartner zu demografiebezogenen Themen austauschen
- Bekanntheit und Akzeptanz des vorhandenen Produktportfolios zum Themenschwerpunkt „Work-Life-Balance“ steigern
- Rückkehrgarantie aus Teilzeit bei Neuverträgen umgesetzt
- Verhandlungen mit dem Sozialpartner über Zeitwertkonten und ein neues Teilzeitmodell zur Erarbeitung von bis zu 20 zusätzlichen freien Tagen pro Kalenderjahr gestartet
- Angebot eines mobilen Fitnesscoachs für Mitarbeiter (Durchführung von Bewegungsübungen sowie Vermittlung von Praxiswissen) entwickelt
- „Competence Group“ aus Top-HR-Führungskräften gegründet, die sich den Handlungsfeldern und Anforderungen eines systematischen Demografiemanagements widmet

¹ Am 3. Dezember 2013 verabschiedete der Vorstand ein konzernübergreifendes strategisches Klimaschutzziel: Wir wollen den gesamten Ausstoß von CO₂-Emissionen in unserem Konzern (außer T-Mobile USA) gegenüber 2008 bis zum Jahr 2020 um 20 Prozent reduzieren. An der Festlegung des konzernübergreifenden Klimaschutzziels beteiligten sich 36 Geschäftseinheiten der Telekom.

STAKEHOLDER MANAGEMENT.

Die Stakeholder eines Unternehmens haben großen Einfluss auf dessen unternehmerisches Verhalten und letztlich auch auf den geschäftlichen Erfolg. Das Unternehmen informiert seine Stakeholder und legt Rechenschaft über sein Verhalten ab. Es beteiligt Stakeholder in unterschiedlicher Weise an den erwirtschafteten Werten.

Ein Unternehmen, das seinen Stakeholdern zuhört und sie aktiv in Managementprozesse einbezieht, kann daraus großen Nutzen ziehen. Es hat die Möglichkeit, langfristige und vertrauensvolle Beziehungen aufzubauen, und erhält Verständnis oder konstruktive Kritik für seine Anliegen und Aktivitäten. Grundvoraussetzung für die zielgerichtete Gestaltung von Stakeholder-Beziehungen ist die genaue Kenntnis der Interessen und Sichtweisen der Stakeholder. Es gilt, ihre vorrangigen Themen und ihre Vorstellungen von einem gelingenden Austausch in Erfahrung zu bringen. Hierzu führen wir mithilfe bewährter Marktforschungsinstrumente systematische Stakeholder-Befragungen durch. Die Telekom ist davon überzeugt, dass der Austausch mit ihren Anspruchsgruppen ihre Innovationsprozesse fördert und ihr dabei hilft, neue Kooperationsmöglichkeiten oder strategische Allianzen einzugehen. 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.

MANAGEMENTANSATZ.

Um die Beziehungen zu ihren Stakeholdern auf eine beständige und vertrauensvolle Grundlage zu stellen, entwickelte die Deutsche Telekom 2011 ihre Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung. Unser Anspruch dabei: die Anliegen unserer Interessengruppen ernst nehmen und sie nach höchsten qualitativen Maßstäben einzubeziehen.

2013 haben wir die Strategie überprüft und in einigen Punkten neu ausgerichtet. Dabei legten wir einen Schwerpunkt auf Maßnahmen, die sich an die Anspruchsgruppen der Lieferanten und Investoren der Telekom richteten – neben den Mitarbeitern, Kunden und NGOs, die auch weiterhin im Fokus standen.

Bei der Konzeption unserer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung orientierten wir uns am AA1000-Standard. Dieser gilt als international anerkanntes Regelwerk für die Prüfung von Nachhaltigkeitsmanagement und CR-Berichterstattung.

Aufgrund einer Prüfung sowohl ihrer betriebswirtschaftlichen Prozesse und Systeme als auch ihrer CR-Berichterstattung bestätigte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) der Deutschen Telekom eine gewisse Sicherheit (Moderate Assurance) hinsichtlich der Beachtung der AA1000-AccountAbility-Prinzipien. Wir erfüllten damit im Jahr 2013 die Anforderung einer sogenannten Typ-2-Prüfung.

Die Mitarbeiter spielen bei der Umsetzung der Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung eine Schlüsselrolle. Um sie hierbei zu unterstützen, hat die Deutsche Telekom 2012 sechs Prinzipien für den Umgang mit Stakeholdern formuliert und diese intern kommuniziert.

Für die Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten ist es wichtig, zu ermitteln, wie unsere Stakeholder diese wahrnehmen und bewerten. Wir verfolgen hierzu einen mehrgliedrigen Ansatz:

- Wir erfragen systematisch die Anforderungen, die unsere Stakeholder an eine erfolgreiche Dialogpraxis stellen. So erfahren wir, wie wir sie am besten über den Dialog in unsere Managementprozesse einbeziehen können.
- Wir ermitteln und analysieren im Rahmen eines von uns entwickelten CR-Themenmonitorings laufend die Top-Themen unserer Anspruchsgruppen. Dies hilft uns, unsere Kompetenzen in aktuellen CR-relevanten Diskursen weiter auszubauen und unsere Stakeholder als sachkundige Gesprächspartner bei der Bearbeitung gesellschaftlich relevanter Fragestellungen zu unterstützen.
- Wir lassen unsere Arbeitsschwerpunkte innerhalb der CR-Handlungsfelder in einem gestuften Materiality-Prozess von unseren Stakeholdern gewichten.
- Wir erfragen, inwieweit unsere Nachhaltigkeitsbotschaften zu dem Bild passen, das unsere Stakeholder vom Telekom-Konzern haben, und überprüfen so unsere Kommunikation.

UMSETZUNG DER STRATEGIE ZUR STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG.

Um Stakeholder-Einbeziehung zu einem Teil unserer Unternehmenskultur zu machen, veranstalten wir interne Netzwerktreffen. Sie dienen dazu, uns mit Beschäftigten anderer Fachbereiche über Erfahrungen im Umgang mit Stakeholdern auszutauschen, Praxisbeispiele zu diskutieren sowie gemeinsame Aktivitäten zu planen und umzusetzen.

Auch beim Meeting des internationalen CR-Manager-Netzwerks am 25. und 26. April in München war das Stakeholder-Management Thema eines Workshops. Die CR-Manager unserer Landesgesellschaften befassten sich mit der Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung und erläuterten einander, mit welchen Stakeholdern sie jeweils in welcher Form zusammenarbeiten.

STAKEHOLDER-ERWARTUNGEN.

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



- Jugendliche & junge Erwachsene
- Familien
- Personen im mittleren Lebensalter
- Senioren
- Kleine und mittelständische Unternehmen
- Großunternehmen
- Öffentliche Hand
- Verbraucherorganisationen & segmentspezifische Interessensvertretungen
- Aufsichtsrats-Mitglieder Telekom
- DAX-Unternehmen
- Sonstige Großunternehmen
- Kleine und mittelständische Unternehmen
- Wirtschaftsverbände & Branchenvereinigungen
- Kooperationspartner
- Wettbewerber
- Forschungseinrichtungen CR und Nachhaltigkeit
- Forschungseinrichtungen Politik und Wirtschaft
- Hochschulen
- Schulen
- Kindergärten
- Studentenorganisationen & Hochschulverbände
- Forschungseinrichtungen ICT, Soziologie oder Design
- Humanitäre und soziale Organisationen
- Wirtschaftsethik
- Multithematisch
- Kirchliche Hilfswerke, Kirchen sowie Organisationen für andere Religionsgemeinschaften und gesellschaftliche Gruppierungen
- Stiftungen
- Umweltschutzorganisationen
- CR und Nachhaltigkeit
- Politik und Wirtschaft
- Bildung
- Rundfunkanstalten, Tagesspresse, Presseagenturen
- Online-Medien und soziale Netzwerke
- Verlagsmanagement
- Journalistenvereinigungen/ Medienverbände
- ICT und Kommunikation
- Akteure auf nationaler Ebene
- Botschaften und Konsulate
- Aufsichts- und Regulierungsbehörden
- Kommunen und ihre Vertreter
- Internationale Organisationen
- Akteure auf EU-Ebene
- Arbeitnehmer
- Führungskräfte
- Vorstand
- Bewerber und potentielle Arbeitnehmer
- Gewerkschaften und Betriebsräte
- Mitarbeiter und Studierende
- Stiftungslehrstühle
- Auszubildende
- Wirtschaftsprüfer und Zertifizierer
- Sub-Lieferanten
- Beratung
- First-Tier-Lieferanten
- Einzelanleger
- Fonds-, Asset-Manager und Analysten
- (SRI-)Ratingagenturen
- Analystenvereinigungen und -verbände
- Institutionelle Investoren

MANAGEMENTANSATZ.

Für die Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten ist es wichtig zu ermitteln, wie diese von unseren Stakeholdern wahrgenommen und bewertet werden. Hierzu nehmen wir regelmäßig Messungen vor.

Erwartungen an den Dialog.

Um unsere Stakeholder-Beziehungen für alle Seiten zufriedenstellend gestalten zu können, haben wir unsere Anspruchsgruppen im Rahmen der Strategieentwicklung nach ihren Erwartungen an die Dialogpraxis gefragt. Dabei wurde deutlich, dass die von uns angestrebte „Qualitätsführerschaft“ eine methodische Einbeziehung unserer Stakeholder erfordert. Die Mehrzahl unserer Stakeholder erwartet

- verbindliche Regeln,
- faktische Mitgestaltungsmöglichkeiten,
- klar definierte Ziele zu Beginn des jeweiligen Dialogs und
- Information über eine spätere Umsetzung der erarbeiteten Ergebnisse.

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 einen Austausch auf Augenhöhe erfordert.

Systematisches CR-Themenmonitoring.

Im Rahmen unseres CR-Managements verfolgen wir die Entwicklung der von unseren Interessengruppen als relevant bewerteten Themen mit großer Wachsamkeit im Rahmen unseres CR-Themenmonitorings.

CR-MARKTFORSCHUNG.

Für die Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten ist es wichtig zu ermitteln, wie diese von unseren Stakeholdern wahrgenommen und bewertet werden. Hierzu nehmen wir regelmäßig Untersuchungen vor.

Bis 2012 betrieben wir dazu separate CR-Marktforschung. 2013 wurden die dabei verwendeten Fragen zu den Themen Nachhaltigkeit, gesellschaftliches Engagement und Lieferkette in die Konzernumfrage zum CRQI (Corporate Reputation Quality Indicator) integriert. Darin befragen wir Privatpersonen zu ihrer Wahrnehmung unseres Unternehmens und zu ihrer Einschätzung gesellschaftlich relevanter Themen. Basis der Studie, die von einem renommierten Meinungsforschungsinstitut durchgeführt wird, ist eine repräsentative Stichprobe von Privathaushalten.

Die Ergebnisse der Marktforschung bilden unter anderem die Grundlage für unseren CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“. Ermittelt wird hierfür die Wahrnehmung der CR-Aktivitäten der Telekom in der Öffentlichkeit im Vergleich zur generellen Einschätzung der Bedeutung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen. Der CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ zeigt, dass im Jahr 2013 unsere Leistung deutlich höher bewertet wurde als die Wichtigkeit, die dem Thema in der Bevölkerung beigemessen wird. Allerdings gab es 2013 gegenüber dem Vorjahr Modifikationen im Umfragefokus und bei der Auswertung. Wir planen, diesen CR KPI im Jahr 2014 einem Review zu unterziehen.

Unsere Analyse der Marktforschungsergebnisse zeigte zudem, dass „Arbeitnehmerfreundlichkeit“, „verantwortungsvolles Handeln“, „Kundenorientierung“ und „Datensicherheit“ von den Befragten als wichtige Anforderungen an die Telekom erachtet werden. Die Befragungsergebnisse liefern uns damit wertvolle Anknüpfungspunkte für die Themensteuerung. Außerdem können wir ihnen konkrete Hinweise für die inhaltliche Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten sowie die Weiterentwicklung unserer CR-Kommunikation und unseres CR-Controlling entnehmen.

ERGEBNISSE DES MATERIALITY-PROZESSES.

ERGEBNISSE DES MATERIALITY-PROZESSES.

Um die Erwartungen unserer Interessengruppen zu ermitteln, führen wir unter anderem einmal pro Jahr einen umfassenden, gestuften Materiality-Prozess durch. Im November 2013 veranstalteten wir hierzu einen internen Workshop und führten im März/April 2014 eine darauf aufbauende Online-Befragung bei unseren Stakeholdern durch. Hieran beteiligten sich insgesamt 88 Personen, darunter Wirtschaftsvertreter, Kunden und Mitarbeiter. Auch Medien, Lieferanten, NGOs und Wissenschaftler waren vertreten.

Das Verfahren.

In dem vorangestellten internen Workshop diskutierten Teilnehmer aus verschiedenen Unternehmensbereichen über die Bedeutung der CR-Schwerpunkte für das Kerngeschäft der Telekom. Anschließend stufen sie je Kapitel des CR-Berichts die Themen von „absolut wesentlich“ bis „nicht wesentlich“ in fünf Kategorien ein. Das Ergebnis wurde in der nachfolgenden Befragung unseren Stakeholdern vorlegt. Sie wurden gebeten, die Gewichtung zu überprüfen und die aus ihrer Perspektive notwendigen Änderungen vorzunehmen. Vorab fragten wir sie, welches CR-Thema sie derzeit am meisten beschäftigt, wie relevant dieses für die Telekom ist und bei welchen Themen sich das Unternehmen am meisten engagieren sollte.

Die persönlichen Schwerpunkte der Stakeholder.

75 von 88 Umfrageteilnehmern (85 Prozent) nutzten die offenen Antwortmöglichkeiten. Klimaschutz- und Menschenrechtsthemen sowie Lieferkette und Datenschutz waren die Themen, die von den Befragten am häufigsten genannt wurden. Diese wurden auch als „sehr wichtig für den Geschäftserfolg der Deutschen Telekom“ eingeschätzt.

Auf die Zusatzfrage, in welchen Themenfeldern sich die Telekom besonders engagieren sollte, nannten die Befragten 143 Themen. Einige hiervon wurden mehrfach aufgeführt. Hierzu zählen „Datenschutz“ und „Datensicherheit“, „Klima“ beziehungsweise „Klimaschutz“, „Nachhaltigkeit in der Lieferkette“, „Menschenrechte“, „Umwelt“ und „Recycling“ sowie „Bildung“.

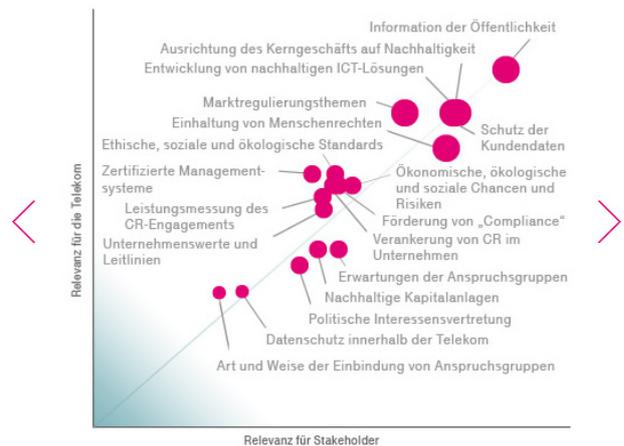
Interne Gewichtung für alle Themen bestätigt.

Das Ergebnis der Online-Befragung bestätigte im Wesentlichen die im Telekom-Workshop vorgenommene Gewichtung. Bei einzelnen Themen gab es leichte Abweichungen zu den internen Einschätzungen, die jedoch keine Auswirkung auf das Gesamtergebnis hatten. Wenige Themen zeigten in der Befragung zudem eine uneinheitliche Stakeholder-Bewertung.

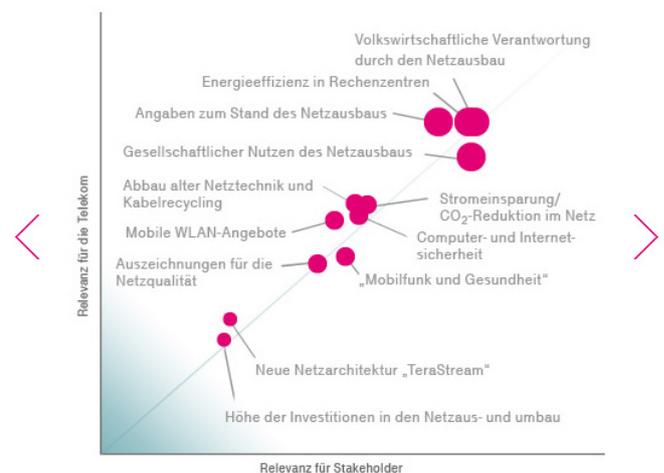
Die nachgeschaltete Überprüfung der Ergebnisse des internen Workshops hilft uns, interne und externe Sichtweisen sowie Erwartungen miteinander abzugleichen. Die Antworten zu offenen Fragen bestätigen uns in der Überzeugung, auf dem richtigen Weg zu sein.

Die Zuordnung der Themen zu den Bewertungskategorien haben wir in folgenden Matrizen aufbereitet.

1. Strategie & Management



2. Netze



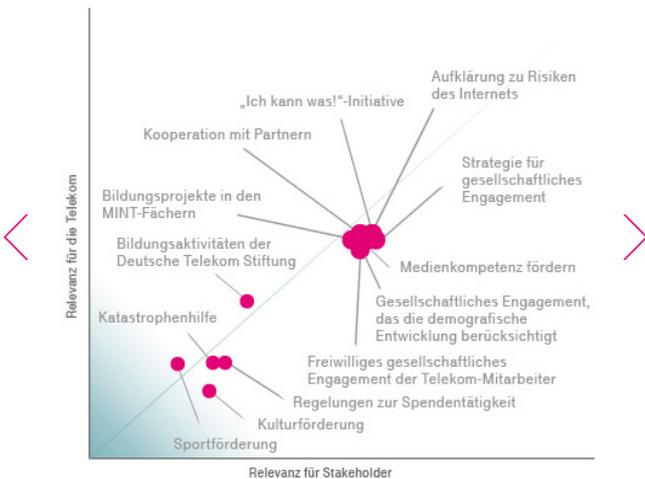
3. Kunden & Produkte



6. Lieferanten



4. Gesellschaft



7. Klima & Umwelt



5. Beschäftigte



FORMATE DER EINBEZIEHUNG.

Art und Ausmaß der Einbeziehung unserer Stakeholder richten 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		
Information	Dialog	Partizipation
		
Beobachten	Zuhören	Beteiligen
Informieren	Diskutieren	Zusammenarbeiten
<ul style="list-style-type: none"> > www.telekom.com/-verantwortung > CR App „We Care“ > Jährliche CR-Berichterstattung > Digitale Nachhaltigkeitskommunikation > Strategie-Roadshow bei Cmogorski Telekom > Ökopicknick in Warschau begeistert Besucher 	<ul style="list-style-type: none"> > Besuch der Senioren-Technik-Botschafter bei der Telekom > 467 Ideen für unser Klima – Ideengarten zum Klimaschutz > Stakeholder-Workshop „Nachhaltigkeitsorientierte Innovationen in der ICT-Branche“ > Stakeholder-Dialoge zum Thema „Rohstoffe und Menschenrechte“ > Global Compact LEAD > Stakeholderdialoge zum Thema "Handyrücknahme" > Telekom Social Network > Kundendialog > Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day > Cyber Security Summit > Investoren-Dialog zu Nachhaltigkeitsthemen > Stakeholder-Dialog „Wachstum durch Wissen“ > Nachhaltigkeitstag > Konstruktiver Stakeholder-Dialog bei T-Mobile Netherlands 	<ul style="list-style-type: none"> > Materiality-Workshop zum CR-Bericht 2013 > Design Thinking Workshop zur App "We care" > Dialog mit der Deutschen Umwelthilfe > Nachhaltiges Produktmanagement > Nachhaltige Lieferantentwicklung

INFORMATION

www.telekom.com/verantwortung.

Mit der Website www.telekom.com/verantwortung wollen wir nicht nur CR-Experten, sondern auch der breiten Öffentlichkeit das CR-Engagement der Telekom näherbringen. Eine übersichtliche Darstellung unserer Verantwortungsthemen sowie einfache und klare Botschaften vermitteln unser Vorgehen und unsere Intention in den Bereichen:

- CR-Strategie und Management
- Klima und Umwelt
- Gesellschaftliche Verantwortung
- Nachhaltige Produkte
- Datenschutz und Datensicherheit

Die Phineo gAG untersuchte im Mai 2013 die Wirkungstransparenz des Corporate Citizenship der DAX-30-Unternehmen. Dafür wurden die Websites sowie die Jahres- und CSR-Berichte der Unternehmen aus dem Jahr 2012 dahingehend untersucht, wie transparent diese über die Wirkung ihres gesellschaftlichen Engagements berichten. In der seit Februar 2014 vorliegenden Einzelauswertung schneidet die Deutsche Telekom in fast allen Bereichen überdurchschnittlich ab. Dr. Andreas Rickert, Phineo-Vorstand fasst das Ergebnis zusammen: „Anhand der neun überprüften Kriterien lässt sich feststellen: Die Telekom berichtet im Vergleich zu anderen Unternehmen in Deutschland transparent und umfassend über die Wirkung ihres gesellschaftlichen Engagements.“ Die Empfehlungen der Analyse werden derzeit intern bewertet.

Strategie-Roadshow bei Crnogorski Telekom.

Die Strategie-Roadshow besteht aus einer Reihe von regionalen Veranstaltungen – Präsentationen und Fragerunden, an denen die Geschäftsführung und Mitarbeiter mit Kundenkontakt von Crnogorski Telekom teilnehmen. Diese Veranstaltungen sollen zu einem besseren Verständnis der Unternehmensstrategie und des Transformationsprogramms innerhalb des Unternehmens beitragen sowie das Engagement und die Zufriedenheit der Mitarbeiter stärken. An der Roadshow 2013 nahmen 20 Prozent aller Mitarbeiter teil.

Ökopicknick in Warschau begeistert Besucher.

Am 1. September 2013 nahm T-Mobile Poland an einem Ökopicknick für Familien mit Kindern teil, das im Laufe des Tages von rund 50.000 Menschen besucht wurde. Es wurde von der deutschen Botschaft und der Stadt Warschau organisiert und fand auf dem zentralen Platz der Warschauer Altstadt statt. T-Mobile Poland stellte eigene Initiativen sowie ihr Engagement für den Umweltschutz vor und präsentierte in einer Ausstellung Umweltinitiativen, zum Beispiel zu den Themen Abfalltrennung oder Elektrofahrzeuge und einen Workshop, der sich insbesondere an Kinder richtete.

DIALOG

Besuch der Senioren-Technik-Botschafter bei der Telekom.

Der langjährige Telekom-Kooperationspartner BAGSO (Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen) hat gemeinsam mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) die „Senioren-Technik-Botschafter“-Initiative aufgelegt. Im Oktober 2013 veranstaltete sie in diesem Rahmen eine Fachtagung in Bonn. Ein Programmpunkt der Veranstaltung war der Besuch in unserer Bonner T-Gallery, in der wir unseren Gästen einen Einblick in die vernetzte Welt der Zukunft gaben.

Der Besuch der Senioren-Technik-Botschafter erbrachte für die Gäste und unsere Produktentwickler wertvolle Erkenntnisse: Die Senioren bekamen einen exklusiven Einblick in die Produktpalette der Zukunft und unsere Experten erhielten Anregungen zur Optimierung der Produkte für diese wachsende Zielgruppe. Diskutiert wurde beispielsweise über die Nützlichkeit von Haushaltsassistenzsystemen, Sprach- und Gestenerkennungsprogrammen und einer Armbanduhr, die erkennt, ob der Träger gestürzt ist.

467 Ideen für unser Klima – Ideengarten zum Klimaschutz.

Um klimaschonendes Verhalten überall in unserem Unternehmen zu fördern, sind wir auf gute Ideen und die Motivation unserer Mitarbeiter angewiesen. Wir riefen deshalb für alle Beschäftigten des Konzerns in Deutschland einen Ideenwettbewerb zum Klimaschutz aus. Diese wurden aufgefordert, vom 14. bis 24. Oktober 2013 Vorschläge zur Einsparung von Energie und CO₂ im „Ideengarten“ unseres Ideenmanagements einzureichen. Bevor die Jury des CR-Bereichs unter den 467 eingereichten Vorschlägen die Preisträger auswählte, gaben wir allen Mitarbeitern vier Wochen lang Gelegenheit, die Ideen zu kommentieren, zu bewerten und zu diskutieren.

Am 20. Februar 2014 präsentierte die Jury die Gewinner: Der erste Platz, prämiert mit einem Elektrofahrrad, überzeugte die Jury mit dem Vorschlag, ein flächendeckendes, betriebliches Mobilitätsmanagement einzuführen. Auf den zweiten Platz kam die Idee, eine CO₂-Kompensation als Zubuchoption für Kunden einzuführen. Die Produkte der Telekom könnten dadurch CO₂-neutral genutzt werden.

Auch die Ideen eines Mitarbeiters rund um den Einsatz von Home-Office überzeugten die Jury, die dafür den dritten Platz vergab. Vermutlich „kleine“ Verbesserungsvorschläge wurden ebenfalls von den Preisrichtern gewürdigt: Bemerkenswert fanden sie die Idee, die Treppenhäuser in unseren Gebäuden attraktiver zu gestalten, um zur Nutzung der Treppen anstelle der Aufzüge zu motivieren. Ebenfalls ausgezeichnet wurde der Vorschlag, den CO₂-Fußabdruck unseres Kantinenessens transparent zu machen. Der 2. bis 13. Platz wurde jeweils mit einem Öko-Fahrtraining prämiert.

Stakeholder-Workshop „Nachhaltigkeitsorientierte Innovationen in der ICT-Branche“.

Welche Möglichkeiten eröffnen nachhaltigkeitsorientierte Innovationen für die ICT-Branche? Wie können wir durch Nachhaltigkeit Mehrwert schaffen?

Um diese Fragen drehte sich ein Workshop, den wir im Juni 2013 mit dem Collaborating Centre on Sustainable Consumption and Production (CSCP) veranstaltet haben. Unter dem Motto „Nachhaltige Innovationen in der ICT-Branche“ widmeten sich mehr als 30 Teilnehmer, darunter Fachleute aus verschiedenen Bereichen der Telekom sowie externe Experten, dem Thema, wie Nachhaltigkeitskonzepte als Innovationsmotor genutzt werden können. Sie diskutierten außerdem Geschäftsmodelle und Partnerschaften im Hinblick auf ihr Potenzial für nachhaltige Innovationen.

Einig waren sich die Teilnehmer, dass Nachhaltigkeit nicht nur notwendig ist, da unsere Ressourcen begrenzt sind, sondern auch viele Chancen beinhaltet. Sie ermöglichte Wettbewerbsvorteile, neue Produkte

und Dienste, langfristige Kosteneinsparungen, die Erschließung neuer Märkte, größere Sicherheit und Transparenz. Außerdem könne sie Unternehmen helfen, ihre Kunden mit Produkten und Diensten zu größerer Nachhaltigkeit zu befähigen, und somit einen nachhaltigen Lebensstil ermöglichen.

Eine wichtige Rolle für die Entwicklung nachhaltiger Innovationen spielen die Erwartungen der Verbraucher an die ICT-Branche. Als wichtige Gesichtspunkte wurden „Orientierung in einer komplexer werdenden Welt“, „Transparenz“ und „gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen“ genannt. Getrieben würden diese Erwartungen von wachsenden sozialen und ökonomischen Herausforderungen. Außerdem sei ein gesellschaftlicher Wertewandel hin zu mehr Umweltbewusstsein zu beobachten.

Die Teilnehmer zeigten sich an weiteren Workshops zu dem Thema stark interessiert.

Stakeholder-Dialoge zum Thema „Rohstoffe und Menschenrechte“.

2013 ist das Interesse unserer Stakeholder an den in ICT-Produkten enthaltenen Rohstoffen weiter gewachsen. NGOs, Behörden, Schulen, Verbraucher und Kunden fragten vermehrt nach den Materialien und den sozialen und ökologischen Bedingungen bei deren Gewinnung. Die bundesweite Bildungsinitiative „Die Rohstoffexpedition - entdecke, was in (D)einem Handy steckt“ des BMBF, die wir intensiv unterstützt haben, hat hier unter anderem wichtige Impulse gegeben. Die Initiative war Teil des BMBF Wissenschaftsjahr 2012 zum Schwerpunktthema Nachhaltigkeit.

Das Thema Rohstoffe in ICT-Produkten stand bei verschiedenen Stakeholder-Dialogen im Mittelpunkt, an denen wir uns 2013 beteiligten. Beispielsweise ist das Thema regelmäßig Gegenstand unserer Fachgespräche mit der Deutschen Umwelthilfe DUH. Gemeinsam mit der DUH, dem Wuppertal Institut für Klima, Umwelt und Energie und dem Unternehmen Nokia haben wir 2013 zudem unter dem Titel „Sozial und ökologisch verantwortlicher Rohstoffabbau“ einen Workshop mit Stakeholdern aus staatlichen Institutionen, wissenschaftlichen Einrichtungen und NGOs durchgeführt.

Begleitend zu der „Aktion Saubere Handys“ des katholischen Missionswerk „Missio“ tauschten wir uns 2013 regelmäßig mit den Initiatoren aus. Unter anderem beteiligte sich die Telekom an einem Pressegespräch, das von Missio im Rahmen dieser Aktion durchgeführt wurde. An dem Gespräch nahmen auch die ehemalige Bundesjustizministerin Herta Däubler-Gmelin und Therese Mema, eine Sozialarbeiterin aus Bukavu im Ostkongo, teil. Auf der Fairtrade-Messe „Fair2013“ im September 2013 in Dortmund erläuterten wir das Engagement der Telekom im Rahmen einer Podiumsdiskussion zum Thema „Angesagt, aber ausbeuterisch“ zusammen mit NGOs und dem Endgeräteproduzenten Fairphone.

Global Compact LEAD.

Die Deutsche Telekom ist Mitinitiatorin und Mitglied des Global Compact LEAD. Zweimal jährlich treffen sich die Teilnehmer der Plattform an wechselnden Orten. Im September 2013 veranstaltete der Global Compact unter dem Motto „Architects of a Better World“ in New York seinen „Leaders Summit“. An dem alle drei Jahre stattfindenden „Gipfeltreffen“ beteiligten sich rund 1 200 Führungskräfte aus Wirtschaft, Regierungen und Bürgergesellschaft. Es wurde von UN-Generalsekretär Ban Ki-moon eröffnet, der die Teilnehmer aufrief, Wege zu

finden, um die Kräfte des Markts für eine nachhaltige Entwicklung zu mobilisieren.

Im Dezember folgte das inzwischen vierte Symposium des Global Compact LEAD auf Einladung des japanischen Global-Compact-Netzwerks in Tokio. Im Mittelpunkt standen nachhaltige Zielsetzungsprozesse und die Vorbereitung einer Selbstverpflichtungsplattform im Rahmen der „Post-2015“-Entwicklungsagenda.

Neben der Teilnahme an diesen Veranstaltungen beteiligte sich die Telekom im Berichtszeitraum am LEAD-Projektmodul „Realizing Long-Term Value for Companies and Investors“. Die Verantwortung für jedes der zehn Global-Compact-Prinzipien ist einem unserer Vorstandsresorts zugeordnet.

Telekom Social Network.

Bei der Telekom ist Social Networking ausdrücklich erwünscht: Ende 2011 schlossen wir als Rahmen für den verantwortungsvollen Umgang mit Social Media die Konzernbetriebsvereinbarung Enterprise 2.0 ab. Seit 2012 verwenden wir unser eigenes soziales Netzwerk für die interne Kommunikation, das konzernübergreifende Telekom Social Network (TSN). Über 73 000 Kollegen (Stand Februar 2014) sind inzwischen registriert, darunter alle Mitglieder des Konzernvorstands. Sie nutzen das TSN, um die Mitarbeiter zu erreichen, sich mit ihnen auszutauschen und ihnen Einblicke in ihre Arbeit zu geben. Das TSN verändert die interne Unternehmenskommunikation, da der Dialog immer stärker in den Vordergrund rückt und die Mitarbeiter zunehmend darüber mitentscheiden, welche Informationen relevant sind. Sie bekommen so die Möglichkeit, die Unternehmenskommunikation wesentlich mitzugestalten.

Das TSN dient auch als Austauschplattform zu den CR-Themen der Telekom: Im Oktober 2013 berichtete beispielsweise der Personalvorstand in seinem TSN-Blog über seinen „Deep Dive“ (intensiven Austausch) mit unserem CR-Team. Das CR-Team nutzt das TSN ebenfalls intensiv zur Information und Einbindung der Mitarbeiter. So hat es unter anderem eine eigene Gruppe Corporate Responsibility initiiert, an der sich Anfang 2014 mehr als 300 Mitarbeiter beteiligten.

So wurden die Mitarbeiter beispielsweise über das TSN aufgerufen, über die Vergabe der Gelder abzustimmen, die wir für die Nutzung CO2-intensiver Geschäftsfahrzeuge einbehalten (Malusbeträge der Green Car Policy). Durch ihre Abstimmung verteilten sie insgesamt 150 000 Euro auf zehn Umweltprojekte. Erfolgreich riefen wir über das TSN außerdem zur Teilnahme an Blutspendeaktionen oder Knochenmarktypisierungen, zu Spenden und Hilfseinsätzen für Hochwasseropfer oder zur Mitwirkung an Social Days auf.

Stakeholder-Dialog „Wachstum durch Wissen“.

Am 4. Oktober 2013 veranstaltete die kroatische Hrvatski Telekom ihren Stakeholder-Dialog „Wachstum durch Wissen“ im sechsten Jahr in Folge. Zu der Konferenz werden weltweit führende Experten, Visionäre und Vordenker eingeladen, um Wissen und zukunftsweisende Konzepte auszutauschen. 2013 präsentierte Alain de Botton, ein renommierter europäischer Philosoph, dort seine zentrale Hypothese zur Bedeutung des lebenslangen Lernens, der Umsetzung des eigenen Lebensziels und der Entwicklung der eigenen Kompetenz. Unter den nahezu 800 Gästen, die seinem Vortrag folgten, fanden sich viele Teilnehmer aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik.

Nachhaltigkeitstag.

Magyar Telekom organisierte im September 2013 zum sechsten Mal einen Nachhaltigkeitstag, um neue Konzepte und Lösungen zur nachhaltigen Entwicklung vorzustellen. 1 500 Besucher nahmen daran teil. Wie in den Jahren zuvor standen der Zustand unserer Erde, die aktuelle internationale Situation sowie die Aufgaben und Möglichkeiten von Magyar Telekom hierbei im Mittelpunkt der Veranstaltung. Präsentiert wurden Innovationen und neue Entwicklungen sowie Initiativen aus den Bereichen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt, die sich für einen nachhaltigen und ethisch vertretbaren Lebensstil einsetzen. In der Sektion „Ökonomie“ wurden die ethischen Aspekte umweltrelevanter, gesellschaftlicher und finanzieller Innovationen angesprochen. In der Umweltgruppe ging es um die gesellschaftlichen Auswirkungen des Klimawandels. Die Teilnehmer des Bereichs „Gesellschaft“ diskutierten über die Veränderung des Konsumverhaltens. Eine zusätzliche Diskussionsrunde beschäftigte sich mit der „Macht der Communities“. In Zusammenarbeit mit dem ungarischen Sustainability Media Club fand erstmals auch eine Sektion zum Thema Jugendmedienschutz statt.

Produktiver Stakeholder-Dialog bei T-Mobile Netherlands.

Am 16. Juli 2013 veranstaltete T-Mobile Netherlands einen Stakeholder-Dialog mit dem Ziel, Feedback zu der CR-Leistung und dem CR-Bericht 2012 sowie zu der neuen CR-Strategie einzuholen. Insgesamt nahmen 25 Organisationen daran teil. Unter den Gästen befanden sich NGOs, Lieferanten, Universitäten sowie Geschäfts- und Privatkunden. Außerdem wirkten die Medien, das niederländische Netzwerk für CSR, MVO Nederland, der niederländische Handelsverband für IT-, Telekom-, Internet- und Office-Unternehmen sowie Mitarbeiter von T-Mobile Netherlands daran mit. Da viele Stakeholder einen Materiality-Prozess vermissten, beschloss T-Mobile Netherlands, diesen für das Jahr 2014 umzusetzen.

PARTIZIPATION

Materiality-Workshop zum CR-Bericht 2013.

Am 15. November 2013 veranstaltete die Telekom einen internen Materiality-Workshop. Ziel war es, die Themen zu identifizieren, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung der Telekom wesentlich sind, um letztlich die Berichterstattung 2013 entsprechend auszurichten. Am Workshop beteiligten sich Mitarbeiter aus unterschiedlichen Fachbereichen. Arbeitsgrundlage bildete eine vorab durchgeführte schriftliche Befragung der Teilnehmer zu den wesentlichen CR-Themen. Das Ergebnis dieser Befragung wurde im Workshop diskutiert und teils angepasst. Neben dieser Themengewichtung wurden Kürzungspotenzial und Fokussierungsmöglichkeiten für die Berichterstattung analysiert. Außerdem wurden neue Inhalte identifiziert, die bisher nicht Teil unserer Berichterstattung waren, wie beispielsweise die 2013 in der Öffentlichkeit intensiv diskutierte Drosselung der Surfgeschwindigkeiten im Internet.

Das Ergebnis dieses internen Prozesses war die Basis der externen Online-Materiality-Umfrage.

Design Thinking Workshop zur App „We care“.

Bei der Weiterentwicklung unserer Instrumente zur CR-Kommunikation binden wir unsere Stakeholder aktiv ein. So luden wir im November 2013 Mitarbeiter aus unterschiedlichen Bereichen des Unternehmens zu einem abendlichen Workshop ein, um von ihnen zu erfahren, wie wir unsere CR-App „We Care“ weiter verbessern können. Hierbei ist es für uns wichtig, auch die Sichtweisen und Erfahrungen von Personen

außerhalb unseres Unternehmens zu berücksichtigen. Deshalb gaben wir den Mitarbeitern die Möglichkeit, jemanden aus ihrem privaten Umfeld mitzubringen. 27 Teilnehmer jeden Alters – darunter Mitarbeiter der Telekom, deren Verwandte und Freunde sowie Vertreter von Partnerorganisationen – diskutierten im innovativen Format eines Design-Thinking-Workshops in drei Arbeitsrunden die Nutzung von Social Media, bewerteten die bestehende App „We Care“ und entwickelten wertvolle Ideen für deren Weiterentwicklung.

Dialog mit der Deutschen Umwelthilfe.

Die vertraglich geregelte Kooperation zwischen der Telekom Deutschland GmbH und der Deutschen Umwelthilfe (DUH) besteht mittlerweile seit 13 Jahren. Sie ist damit ein Beispiel für die langfristige Ausrichtung unserer Kooperationen. Im Mittelpunkt der Zusammenarbeit stehen die Herausforderungen des nachhaltigen Konsums in der Telekommunikation. Zentrale Themen sind die Entwicklung nachhaltiger Telekommunikationsprodukte, die Auswirkungen des Rohstoffabbaus sowie die Optimierung der Rücknahmesysteme für gebrauchte Handys. In der gemeinsamen Arbeit setzten wir 2013 folgende Schwerpunkte:

Dialog mit Expertennetzwerk: Wie in den Vorjahren veranstaltete die DUH auch 2013 gemeinsam mit der Telekom Deutschland Fachgespräche zu den Anforderungen an nachhaltige Kommunikationsprodukte. Dialogpartner waren Wissenschaftler, Vertreter von NGOs, Unternehmen und Umweltbehörden: Eines der Gespräche fand im Oktober 2013 statt und beschäftigte sich mit unterschiedlichen Möglichkeiten, die Handy-Rücknahme-Quote beispielsweise durch die Einführung eines „Handy-Pfands“ zu steigern.

Handy-Rücknahme: Seit 2003 betreiben wir gemeinsam mit der DUH ein erfolgreiches, an hohen Nachhaltigkeitsstandards ausgerichtetes Handy-Rücknahme-System für Verbraucher, Umweltinitiativen und Schulklassen. Aus den Erlösen der gemeinsamen Handy-Rücknahmeaktionen konnten mittlerweile mehr als 770 Umwelt- und Naturschutzprojekte unterstützt werden.

Preis für Umweltjournalismus: Seit mehr als zehn Jahren unterstützt die Telekom Technik den „UmweltMedienpreis“ der DUH. Der Preis honoriert „herausragende umweltjournalistische Leistungen und die wirkungsvolle Präsentation von Natur- und Umweltthemen in den Medien“. Er wurde am 13. November 2013 zum 18. Mal vergeben.

ÜBERSICHT MITGLIEDSCHAFTEN UND KOOPERATIONEN.

Wirtschafts- und Branchenverbände

- American Chamber of Commerce in Germany
- Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)
- Branchenverband BITKOM
- Deutscher Industrie- und Handelskammertag (DIHK)
- European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO)
- Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. (econsense)
- GSM Association (GSMA)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- Bundesverband der Deutschen Industrie e. V. (BDI)
- International Telecommunications Union (ITU)
- World Business Council of Sustainable Development (WBCSD)

Zu den Themen Klima- und Umweltschutz

- B.A.U.M. e.V.
- Global e-Sustainability Initiative (GeSI)
- Stiftung 2* - Deutsche Unternehmer für Klimaschutz
- Sustainability Leadership Forum (in Kooperation mit B.A.U.M.)
- European Round Table of Industrialists (ERT)
- European School of Management and Technology (ESMT)
(Sustainable Business Roundtable)
- Global Compact
- Global Compact LEAD
- Caring for Climate
- Joint Audit Cooperation (JAC)

Ausgewählte Kooperationen mit humanitären und sozialen Organisationen

- Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement (Mitgliedschaft sowie Arbeitsgruppe Demografie und seit März 2014 Mitglied im Koordinierungsausschuss)
- CCCD – WIE (Arbeitsgruppe Corporate Volunteering, Arbeitsgruppe Evaluation)
- Aktion Deutschland Hilft e.V.
- Deutsches Rotes Kreuz
- DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei gemeinnützige Gesellschaft mbH
- Bundesverband Deutsche Tafel e.V.
- Lebenshilfe e.V.
- SOS-Kinderdorf e.V.
- Nummer gegen Kummer
- TelefonSeelsorge
- Deutsche Telekom Stiftung
- Deutschlandstiftung Integration
- "Ich kann was!" - Initiative
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO)
- Friedrich-Ebert-Gymnasium Bonn
- Teachtoday
- Leitbild Deutsche Wirtschaft
- Wirtschaftsbeirat der GIZ

COMPLIANCE.

Das Geschäft der Telekom beruht auf den Prinzipien Integrität und Wertschätzung. Compliance, verstanden als die Rechtmäßigkeit des Unternehmenshandelns, ist daher von maßgebender Bedeutung für die Geschäftstätigkeit des Konzerns.

COMPLIANCE: MANAGEMENTANSATZ.

Compliance, verstanden als die Rechtmäßigkeit des Unternehmenshandelns, ist von maßgeblicher Bedeutung für die Geschäftstätigkeit des Telekom-Konzerns. Die Telekom bekennt sich klar zu ethischen Grundsätzen und den geltenden Rechtsnormen. Sie hat diese in ihren Guiding Principles und ihrem Code of Conduct verankert. Um konzernweit integriertes und rechtskonformes Verhalten sicherzustellen, betreibt sie seit 2005 ein umfassendes Compliance-Management. 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.

Die Verantwortung für das Compliance-Managementsystem ist bei der Telekom auf oberster Führungsebene im Vorstandsressort Datenschutz, Recht und Compliance angesiedelt. Auf operativer Ebene besteht die Compliance-Organisation aus der Position des Chief Compliance Officer (CCO) sowie dem Compliance Committee und einer zugleich zentral wie dezentral verankerten Compliance-Organisation.

Der CCO ist verantwortlich für die Einrichtung sowie die dauerhafte Funktionsfähigkeit des Compliance-Managementsystems. Er ist dem Konzernvorstand für das Ressort Datenschutz, Recht und Compliance unterstellt und hat in Abstimmung mit diesem das Recht, jederzeit Berichte an das gesamte Vorstandsgremium und den Prüfungsausschuss der Deutschen Telekom AG zu richten.

Im Compliance Committee sind Führungskräfte aus den Bereichen Compliance, Recht, Datenschutz, Revision, Personal und Sicherheit vertreten. Das Gremium unterstützt die Compliance-Organisation bei der Festlegung und Durchsetzung eines Compliance-Programms. Daneben dient es dem Erfahrungs- und Informationsaustausch der im Unternehmen mit Compliance-Themen befassten Bereiche.

Die Verantwortung auf zentraler Ebene trägt der Bereich Group Compliance Management (GCM). Er entwickelt konzernweite Standards, Instrumente und Prozesse, mit denen regelkonformes Verhalten im Unternehmen gestärkt werden soll.

Die Beteiligungsgesellschaften übernehmen das Compliance-Management vor Ort und werden durch den CCO beispielsweise bei der Fallbearbeitung, der Berichterstattung oder der Besetzung der Position des

Compliance Officer unterstützt. Sie haben zum Teil sehr unterschiedliche Geschäftsmodelle und repräsentieren vom Start-up bis zum Marktführer verschiedene Entwicklungsstadien eines Unternehmens. Um ihnen ihrer Situation entsprechend Orientierung im Compliance-Management zu geben, entwickelte die Telekom 2013 einen „Baukasten“ für eine Reifegrad-orientierte Compliance.

Die Telekom sensibilisiert ihre Mitarbeiter auf breiter Ebene für die Erfordernisse des Compliance-Managements. Hierzu spricht sie auch ihre Führungskräfte als Multiplikatoren an. So führte sie von Januar bis April 2013 eine konzernweite Befragung zur Wahrnehmung von Compliance beim mittleren Management durch, an der sich mehr als 4000 Manager und Managerinnen aus 32 Einheiten beteiligten. Sie erkundigte sich dabei unter anderem nach ihrer Wahrnehmung von Compliance und ihrem Vorgehen bei konkreten Compliance-Fällen. Die Rückmeldungen wurden gründlich analysiert und genutzt, um verschiedene Maßnahmen abzuleiten, darunter beispielsweise erweiterte, am jeweiligen Informationsbedarf der Mitarbeiter orientierte Compliance-Trainings sowie ergänzende Kommunikationsmaßnahmen.

Für Fragen und Hinweise rund um das Thema Compliance betreibt die Telekom zwei Internet-Portale namens „Ask me!“ und „Tell me!“. Auf „Ask me!“ können unsere Mitarbeiter zuverlässige Informationen über Gesetze, interne Richtlinien und Verhaltensgrundsätze abfragen, die für ihre tägliche Arbeit relevant sind. „Tell me!“ dient der Aufklärung von Verstößen gegen die gesetzlichen und internen Vorschriften. Hier können neben unseren Mitarbeitern auch Externe, zum Beispiel Geschäftspartner oder Kunden, per E-Mail, Telefon oder Fax Hinweise auf regelwidriges Verhalten abgeben.

REIFEGRAD-ORIENTIERTE COMPLIANCE IMPLEMENTIERT.

Die ICT-Branche ist von dynamischem Wandel geprägt. Es gilt, das Kerngeschäft laufend zu modernisieren, Potenziale in Wachstumsmärkten gezielt zu nutzen, innovative Geschäftsideen zu realisieren und neue Geschäftsfelder zu erschließen. Entsprechend vielfältig sind die Konzerngesellschaften der Telekom, die sich diesen Herausforderungen stellen. Je nach Geschäftsmodell, Größe oder Risikosituation benötigen diese daher auch unterschiedliche Lösungen für ihr Compliance-Management.

2013 entwickelten wir deshalb einen „Baukasten für eine Reifegrad-orientierte Compliance“. Die Aufgabe bestand darin, Anforderungen an ein Compliance-Managementsystem für die verschiedenen Konzerngesellschaften zu definieren und dabei deren wirtschaftliche Entwicklung, Geschäftsstrategien und -risiken zu berücksichtigen. Hierzu ordneten wir die Gesellschaften nach ihrer jeweiligen Lebenszyklusphase (von Start-up bis Marktführer) und ihrem spezifischen Compliance-Risiko in

einer Matrix ein. In Abhängigkeit von dieser Einordnung haben wir daher stufenweise steigende Compliance-Mindestanforderungen für die Beteiligungen definiert. Dabei wird konkret festgelegt, wie das jeweilige Compliance-Management eingerichtet, ausgestaltet und kontrolliert wird.

ZERTIFIZIERUNG DES COMPLIANCE-MANAGEMENTS.

Das Compliance-Managementsystem leistet einen Beitrag dazu, Compliance, also die Rechtmäßigkeit unseres Unternehmenshandelns, zu gewährleisten. Hauptbestandteile des Systems sind:

- die Etablierung einer Compliance-Organisation in allen wesentlichen Konzerneinheiten,
- die risikoorientierte Ableitung eines Compliance-Programms und dessen konsequente Umsetzung über Richtlinien, Schulungen, Beratungsangebote, Kommunikationsmaßnahmen,
- die Implementierung von Compliance-Kontrollen und von Compliance Due Diligence (Analyse von Compliance-Risiken bei Zukäufen) sowie
- die Sicherstellung, dass auf Compliance-Verstöße angemessen reagiert wird.

Das Compliance-Managementsystem der Deutschen Telekom wurde 2012 bei acht Telekom-Gesellschaften in Deutschland und 2013 bei 13 internationalen Gesellschaften von Wirtschaftsprüfern nach dem IDW Prüfungsstandard 980 zertifiziert. Schwerpunkt der Prüfungen bildete das Thema Antikorruption. Die Zertifizierung bestätigt, dass das jeweilige Compliance-Managementsystem der unten aufgelisteten Gesellschaften geeignet ist, Korruptionsrisiken zu erkennen und Regelverstöße zu verhindern.

Die Auswahl der Gesellschaft erfolgte dabei nach Wesentlichkeits- und Risikoaspekten und umfasst die:

- Deutsche Telekom AG
- T-Systems International
- T-Deutschland
- DT Kundenservice
- DT Netzproduktion
- DT Technischer Service
- Telekom Shop Vertriebsgesellschaft
- Detecon International
- Magyar Telekom
- Makedonski Telekom
- T-Mobile Macedonia
- Crnogorski Telekom
- Slovak Telekom
- T-HT Hrvatski Telekom
- OTE
- Cosmote
- Romtelecom
- Albanian Mobile Communications
- T-Mobile Czech Republic
- T-Mobile Polska
- T-Systems Iberia

INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT ZUM THEMA COMPLIANCE.

Unterschiedliche Rechtsprechungen und kulturelle Wertvorstellungen in den Ländern, in denen die Deutsche Telekom vertreten ist, stellen eine wesentliche Compliance-Herausforderung dar. Auch die zunehmend dynamische Entwicklung der globalen ICT-Märkte und der verschärfte internationale Wettbewerb beeinflussen die Compliance-Strategie der Telekom.

Um der internationalen Ausrichtung des Konzerns noch besser gerecht zu werden, besprechen wir strategische Themen mit einem internationalen Beratungsteam (Compliance Advisory Team) und entwickeln einen gemeinsamen Compliance-Ansatz. Das Team gibt als „Trendsetter“ Impulse für die Gestaltung und Implementierung einer ausgewogenen Compliance im Deutschen Telekom Konzern. Die konzernweite Zusammenarbeit zum Thema Compliance fördern wir zudem durch jährliche Treffen von Vertretern aller Compliance-Organisationen der Landesgesellschaften, die „International Compliance Days“. Am 24. und 25. April 2013 versammelten sich hierbei rund 120 Experten aus 25 Ländern in Bonn, um die Herausforderungen beschleunigter Markt- und Innovationsprozesse für das Compliance-Management zu diskutieren.

Top-Wertungen für Compliance in Ungarn und Griechenland.

Die Compliance-Anstrengungen der Landesgesellschaften werden von kritischen Stakeholdern aufmerksam verfolgt. Transparency International (TI) beispielsweise verglich 2013 in Ungarn und Griechenland die Transparenz der Berichterstattung führender Unternehmen zum Thema Antikorruption. Hierbei schnitten unsere Landesgesellschaften außerordentlich gut ab: Magyar Telekom erreichte in allen drei von TI untersuchten Kategorien die besten Ergebnisse unter 50 börsennotierten ungarischen Unternehmen und erzielte insgesamt 9,8 von 10 möglichen Punkten. Die OTE belegte griechenlandweit den ersten Platz in der Kategorie „Offenlegung des Antikorruptionsprogramms“. Bewertet wurden die Antikorruptionsaktivitäten aller griechischen Unternehmen mit einem Umsatzvolumen über 1 Milliarde Euro.

KORRUPTIONSVORBEUGUNG UND -BEKÄMPFUNG.

Alle Konzerneinheiten regelmäßig auf Korruptionsrisiken überprüft. Intern verfolgen wir ein breites Spektrum an Maßnahmen zur Korruptionsvorbeugung und -bekämpfung. Sämtliche 135 vollkonsolidierten, personalisierten und operativ tätigen Unternehmen der Deutschen Telekom durchlaufen mindestens alle zwei Jahre einen Prozess zur Einschätzung (Risk Assessment) ihrer Compliance-Risiken. 108 von ihnen führen das Compliance Risk Assessment sogar jährlich durch. Das Verfahren dient der Identifikation und Bewertung von Compliance-Risiken sowie der Definition von geeigneten Maßnahmen zur Prävention. Für jedes Risiko wird bestimmt, welche konkrete Bedrohung für das Unternehmen besteht und was bereits getan wurde, um das Risiko zu reduzieren. Sofern erforderlich, werden weitere Maßnahmen entwickelt, um die Risiken entsprechend der Risikostrategie auf ein vertretbares Niveau zu senken. Die Durchführung des Compliance Risk Assessment liegt in der Verantwortung der Geschäftsführung der jeweiligen Konzerngesellschaft. Die zentrale Compliance-Organisation unterstützt und berät sie hierbei.

Mehr als 19000 Mitarbeiter in Korruptionsbekämpfung geschult.

Die Deutsche Telekom führte in den Jahren 2012 und 2013 nach 2009/2010 eine zweite große Antikorruptionskampagne für ihre Mitarbeiter durch. Je nach Bewertung der mit ihrer Tätigkeit verbundenen Korruptionsrisiken wurden den Mitarbeitern entweder Präsenztrainings oder E-Learning-Kurse angeboten. An den Präsenztrainings beteiligten sich national und international über 3400 Mitarbeiter. In Deutschland nahmen knapp 16000 Mitarbeiter an einem E-Learning teil. Dies entspricht einer Teilnahmequote von 72 Prozent.

Ermittlungen nach klaren Regeln.

Die Deutsche Telekom hat sich klare Regeln für Untersuchungen bei Korruptionsverdacht gegeben. Sie geht Hinweisen nur dann nach, wenn diese sich auf einen Verstoß gegen gesetzliche oder interne Vorschriften beziehen und eine hinreichend konkrete Sachverhaltsbeschreibung vorliegt. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, werden die Hinweise sorgfältig untersucht. Hierbei aufgedeckte Verfehlungen werden angemessen – bis hin zur außerordentlichen Beendigung eines Arbeitsverhältnisses – sanktioniert. Außerdem können Schadensersatzansprüche erhoben werden. Bei den Untersuchungen erkannte Schwächen im internen Kontrollsystem werden systematisch analysiert und behoben.

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 2013 aufgeführten Verfahren.

RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT.

Zu einem umfassenden Risiko- und Chancenmanagement gehört für uns auch die Berücksichtigung von Risiken und Chancen der Corporate Responsibility (CR). Im Rahmen unseres CR-Managements verfolgen wir hier eine Strategie, bei der die verschiedenen Stakeholder-Gruppen systematisch bei der Ermittlung aktueller und potenzieller Risiken und Chancen eingebunden werden. Hierzu engagieren wir uns in verschiedenen Gremien und Initiativen. Das kontinuierliche CR-Themenmonitoring ermöglicht uns die systematische Identifizierung von Stakeholder-Positionen zu relevanten Nachhaltigkeitsthemen. Hierzu nutzen wir zum Beispiel unser NGO Radar, das Aktivitäten, Forschungsprojekte, Veröffentlichungen und Stellungnahmen relevanter NGOs zusammenfasst und für die Deutsche Telekom bewertet. Darüber hinaus befragen wir im Zuge unserer CR-Berichterstattung jährlich unsere Stakeholder nach den für sie wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen.

KLIMASCHUTZ.

Zurzeit sehen wir für die Erreichung unserer Klimaschutzziele innerhalb unseres Betrachtungszeitraums keine akuten Risiken. Die Deutsche Telekom versteht den Klimaschutz vor allem als Chance: ICT-Produkte und -Dienstleistungen haben das Potenzial, in anderen Branchen sieben Mal so viel CO₂-Emissionen einzusparen, wie die ICT-Branche selbst ausstößt (SMARTer2020-Studie). Beispiele für Chancen, die sich dabei von außen ergeben, sind die veränderten Kundenerwartungen, die politischen Maßnahmen zur Umsetzung der Energiewende, die wachsende Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien bei Ausschreibungen und im Einkauf sowie das Interesse nachhaltiger Investoren (SRI). Das Carbon-Disclosure-Projekt betreut zum Beispiel 722 institutionelle Investoren (ca. 87 Billionen US-\$) bei Investitionsentscheidungen in klimafreundliche Assets. Chancen, die sich die Deutsche Telekom selbst erarbeiten kann, sind die kontinuierliche Reduktion des eigenen Stromverbrauchs und der Emissionen sowie die Verringerung der CO₂-Emissionen durch klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen und damit auch die Erschließung neuer Zielgruppen.

LIEFERANTEN.

Im Rahmen unserer globalen Beschaffungstätigkeiten können wir länder- und lieferantenspezifischen Risiken ausgesetzt werden. Dazu zählen beispielsweise der Einsatz von Kinderarbeit, die bewusste Akzeptanz von Umweltschäden oder mangelhafte Arbeits- und Sicherheitsbedingungen in den lokalen Lieferantenfabriken. Für uns können sich Reputationsrisiken, aber auch Lieferrisiken aus der Berichterstattung von NGOs oder Medien ergeben. Mittels der systematischen Überprüfung der Lieferanten verringern wir diese Risiken.

Im wichtigen Nachhaltigkeitsranking SAM wurde die Deutsche Telekom in den letzten Jahren in Bezug auf ihr Lieferantenmanagement sehr positiv bewertet. 2013 konnten wir uns weiter verbessern (von 83 Punkten im Jahr 2012 auf 88 Punkte). Unsere Kooperationen mit Lieferanten,

die internationale Nachhaltigkeitsstandards einhalten, sichern hohe Produktqualität sowie Zuverlässigkeit der Beschaffung.

GESUNDHEIT UND UMWELT.

Der Mobilfunk beziehungsweise die elektromagnetischen Felder, die der Mobilfunk nutzt, lösen immer wieder Bedenken in der Bevölkerung über mögliche Gesundheitsrisiken aus. Dazu gibt es eine intensive öffentliche, politische und wissenschaftliche Diskussion. Akzeptanzprobleme in der Öffentlichkeit betreffen sowohl die Mobilfunknetze als auch den Einsatz der mobilen Endgeräte. Im Mobilfunk-Bereich wirkt sich dies unter anderem auf den Ausbau der Mobilfunknetze sowie auf die Nutzung der Mobilfunk-Geräte aus. Im Festnetz-Bereich betrifft dies den Absatz von herkömmlichen DECT-Geräten (digitale schnurlose Telefone) sowie Endgeräte mit WLAN-Technologie. Neben rechtlichen Risiken (z.B. Grenzwertsenkung) sind regulatorische Eingriffe möglich, wie etwa die Umsetzung von Vorsorgemaßnahmen beim Mobilfunk (z.B. durch Veränderungen im Baurecht oder Kennzeichnungspflichten für Endgeräte).

Basierend auf dem aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstand haben anerkannte Gremien wie die Weltgesundheitsorganisation und die Internationale Strahlenschutzkommission (ICNIRP) in den vergangenen Jahren wiederholt die geltenden Grenzwerte für den Mobilfunk überprüft und die sichere Nutzung der Mobilfunk-Technik bestätigt. Trotz fehlenden wissenschaftlichen Nachweises hat 2011 die Internationale Agentur für Krebsforschung (IARC), eine Fachagentur der Weltgesundheitsorganisation, aufgrund von einzelnen Hinweisen die hochfrequenten elektromagnetischen Felder als „möglicherweise krebserregend“ eingestuft – dies ist die schwächste Kategorie, die auf eine mögliche krebserzeugende Wirkung hinweist. In der gleichen Kategorie ist zum Beispiel auch der Genuss von Kaffee eingeordnet. Diese Bewertung führte zu einem Anstieg an Pressereaktionen sowie zu Kontroversen auf Expertenebene. So hat die Deutsche Strahlenschutzkommission diese Einschätzung kritisiert, da aus ihrer Sicht die wissenschaftliche Evidenz nicht ausreichend sei. Zwischen allen Institutionen und Fachgremien besteht Einigkeit bezüglich der Forderung nach weitergehender Forschung und darin, dass es keinen wissenschaftlichen Nachweis für ein Gesundheitsrisiko durch elektromagnetische Felder gibt.

Wir sind davon überzeugt, dass die sichere Anwendung der Mobilfunk-Technik durch die Einhaltung der geltenden Grenzwerte garantiert wird. Dabei stützen wir uns auf die Bewertung anerkannter Gremien. Die Basis unseres verantwortungsvollen Umgangs mit der Mobilfunk-Thematik ist die „EMF-Policy“. In dieser verpflichten wir uns – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation und finanzieller Unterstützung unabhängiger Forschung zum Mobilfunk. Wir arbeiten daran, Unsicherheiten in der Bevölkerung durch eine sachliche, wissenschaftlich fundierte und transparente Informationspolitik abzubauen.

DATENSCHUTZ.

Millionen von Kunden vertrauen der Deutschen Telekom ihre Daten an. Um dieser Verantwortung gerecht zu werden, räumen wir dem sorgsamem Umgang mit personenbezogenen Daten einen besonderen Stellenwert ein. Die Aktivitäten der Telekom im Datenschutz, aber auch in der Datensicherheit werden von zahlreichen Unternehmen als Maßstab betrachtet. Wir erhalten daher zunehmend Anfragen nach einem fachlichen Austausch zu diesen Themen. Diese Rolle als gefragte Experten und Lösungsanbieter für Datenschutz und Datensicherheit möchten wir weiter ausbauen.

Wir legen großen Wert darauf, unsere Datenschutzmaßnahmen für die Öffentlichkeit transparent zu machen. Deshalb haben wir als erstes der DAX-30-Unternehmen begonnen, einen jährlichen Datenschutzbericht zu veröffentlichen, der sämtliche für einen wirksamen Datenschutz relevanten Vorgänge im Konzern dokumentiert. Seit 2011 geben wir einen integrierten Bericht zu den Themen Datenschutz und Datensicherheit heraus.

Zusätzlich zur jährlichen Berichterstattung informieren 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.

POLITISCHE INTERESSENSVERTRETUNG.

Politik und Regulierungsbehörden nehmen Einfluss auf die Entwicklung und Verfügbarkeit von Netzinfrastruktur, Technologien und Diensten. 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. Wir bemühen uns deshalb um einen aktiven und ständigen Dialog mit interessierten Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft.

Die Deutsche Telekom ist weltweit geschätzter Gesprächspartner vieler Regierungen, Parlamente, Behörden und auch Nichtregierungsorganisationen in den Themenfeldern ICT und Innovation. Besondere Aufmerksamkeit erfahren wir als in Deutschland ansässiger Konzern von den dort angesiedelten Institutionen. Auch in Brüssel haben wir eine eigene Repräsentanz eingerichtet. Sie dient dem ständigen Austausch mit den Institutionen der Europäischen Union, aber auch Verbänden und anderen gesellschaftlichen Organisationen. Darüber hinaus pflegen wir den Dialog mit entsprechenden Einrichtungen in den Staaten, in denen die Deutsche Telekom tätig ist – vor allem in den europäischen Märkten und den Vereinigten Staaten.

INSTRUMENTE ZUR POLITISCHEN INTERESSENSVERTRETUNG

Unsere Partner in den Parlamenten, Regierungen und gesellschaftlichen Organisationen müssen ihre Unabhängigkeit und Integrität wahren. Dieser Grundsatz ist in den Guiding Principles der Telekom festgeschrieben. Beispielsweise untersagen sie Spenden an politische Institutionen in Deutschland und intransparente Beeinflussungspraktiken. Stattdessen empfehlen sie, in der politischen Kommunikation auf Fakten, Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Integrität zu achten. Im Interesse der Glaubwürdigkeit hat sich die Deutsche Telekom in Brüssel außerdem im öffentlichen Transparenzregister für Lobbyisten mit allen erforderlichen Informationen registrieren lassen. Erst dadurch werden Informationen der Telekom von den Empfängern als authentisch und vertrauenswürdig erachtet und können Eingang in die Meinungsbildungsprozesse von Politik und gesellschaftlichen Gruppen finden.

AKTUELLE REGULIERUNGSTHEMEN.

Investitionsanreize für Breitbandnetze notwendig.

Schnelle Breitbandnetze sind zur zentralen Infrastruktur geworden und Standort- und Erfolgsfaktor für alle Wirtschaftssektoren. Deutschland braucht eine leistungsfähige, zuverlässige und sichere Breitbandinfrastruktur – und zwar möglichst flächendeckend.

Der Aufbau der Zugangsnetze der nächsten Generation (NGA) lässt sich nur in einem engen Schulterschluss von Politik und Wirtschaft

bewältigen. Vor dem Hintergrund der ambitionierten Breitbandziele auf nationaler und europäischer Ebene muss es Kernaufgabe der Telekommunikations- und Regulierungspolitik sein, die Planungssicherheit und insbesondere die finanzielle Leistungsfähigkeit der investitionsbereiten Unternehmen im Markt zu verbessern und das Potenzial für einen wirtschaftlichen privaten Ausbau zu maximieren.

Eine zukunftsweisende Regulierung unterstützt Investitionen in moderne Breitbandnetze aktiv und vermeidet unnötige finanzielle und bürokratische Belastungen für investierende Netzbetreiber. Die erfolgreiche Liberalisierung des Telekommunikationsmarkts hat dazu geführt, dass Deutschland einen selbsttragenden, funktionsfähigen Infrastrukturwettbewerb besitzt. Die Investitions- und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen und europäischen TK-Industrie muss weiter gestärkt werden.

Durch die lange Jahre nur preissenkungsorientierte Regulierungspolitik wurden und werden der Branche finanzielle Mittel genommen, die für die politisch gewollten Investitionen fehlen. Die Investitionen der Branche stagnieren insgesamt, benötigt wird aber eine deutliche Ausweitung.

Regulierte Entgelte müssen Kosten- und Preisentwicklungen widerspiegeln und die richtigen Anreize für Investitionen in neue Netze setzen. Gerade für Netze der nächsten Generation (NGA), die unter Wettbewerbsbedingungen aufgebaut werden, benötigt ein reguliertes Unternehmen Preisflexibilität. Nur so können die Wettbewerbsfähigkeit und Auslastung – und damit die Wirtschaftlichkeit – sichergestellt werden.

Die Modernisierung der Regulierung bleibt eine wichtige Aufgabe. Vor dem Hintergrund der Dynamik bei Wettbewerb, Technologien und Nachfrage muss die Marktregulierung überprüft und angepasst beziehungsweise zurückgeführt werden. Die schrittweise Rückführung von Regulierung bei Vorliegen von Wettbewerb ist im neuen Telekommunikationsgesetz (TKG) eingeführt worden. Wichtig ist aus Sicht des Markts nun eine konsequente Anwendung dieser Regelung. Dies gilt auch für den Grundsatz, Kooperations- und Risikoteilungsmodelle zu ermöglichen, die den Breitbandausbau fördern und die Rentabilität verbessern. Regulierungseingriffe müssen auf nachgewiesenem Marktversagen beruhen, damit sie nicht Innovationen bei Tarifen und Produkten unnötig beschränken. Open Access sollte als Grundprinzip verankert werden, damit Wettbewerb und freie Wahlmöglichkeiten für den Verbraucher bei allen Ausbauprojekten sichergestellt sind.

Die Regulierung sollte über die gesamte digitale Wertschöpfungskette neu ausbalanciert werden. Angesichts des schnellen Zusammenwachsens von Internet- und Telekommunikationsmärkten und der weiter steigenden Marktmacht weniger globaler Player im Internet führt die sektor-

spezifische Regulierung der Telekommunikation zunehmend zu einer Schieflage. Für Internet-Firmen müssen die gleichen Gesetze und Regeln gelten wie für TK-Unternehmen, sofern diese die gleichen Dienste anbieten. Ziel muss es sein, gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und eine gerechtere Verteilung der finanziellen Lasten des Breitbandausbaus zu ermöglichen.

Die Deutsche Telekom leistet hierzu seit Jahren mit umfangreichen Investitionen in die Infrastruktur für Festnetz und mobiles Internet einen großen Beitrag. Sie investiert seit Jahren in die Breitbandversorgung Deutschlands und engagiert sich für die Schließung von weißen Flecken [siehe auch Kapitel Netze/Netz- und Infrastrukturausbau].

Bewahrung des offenen Internets.

Das Thema Netzneutralität genießt weiterhin politische Aufmerksamkeit: Die für den europäischen IKT-Sektor zuständige EU-Kommissarin Neelie Kroes hat im September 2013 dem EU-Parlament einen Verordnungsentwurf zur Vereinheitlichung des Rechtsrahmens übermittelt. Als Teil des sogenannten Telekom-Binnenmarktpakets soll auch die Netzneutralität einheitlich geregelt werden. Vorgesehen sind Regeln zur Verkehrssteuerung und zur Transparenz sowie die Definition von Spezialdiensten, mit denen Übertragungsleistungen zu gesicherter Qualität erbracht werden.

Die Deutsche Telekom bleibt dem offenen Internet verpflichtet. Auch in Zukunft werden Inhalte und Dienste nach dem „Best Effort“-Prinzip im Internet zugänglich sein, das bedeutet: so gut es die zur Verfügung stehenden Ressourcen ermöglichen. Die Deutsche Telekom wird ihre Infrastruktur stetig ausbauen und optimieren, um den stark wachsenden Datenverkehr bewältigen zu können 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. Dabei wären Telekommunikationsnetze ohne Netzwerkmanagement 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 Übertragungs- oder Dienstqualität (Quality of Service, QoS) stellen. Hierbei werden die rapide wachsenden, unterschiedlichen Arten von Datenströmen im Internet gesteuert. Eine Kontrolle von Inhalten findet keinesfalls statt. Die Deutsche Telekom unterstreicht die Freiheit des Internets und nimmt keinen Einfluss auf Inhalte der Nutzer oder der Anbieter. Im Wettbewerb mit anderen Telekommunikationsnetzbetreibern wird die Telekom auch in Zukunft Dienste mit unterschiedlichem Qualitätsstandard ausschließlich auf nicht diskriminierende Weise vermarkten. So können Verbrauchern mehr Auswahl und gesicherte hohe Qualitäten angeboten werden.

Verbraucherpolitischer Dialog.

Die Deutsche Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, das bestangesehene Service-Unternehmen der Branche zu werden. Verbraucherpolitischen Themen räumten wir darum auch 2013 eine hohe Priorität ein. So haben wir weiter intern die verbraucherpolitischen Strukturen verstärkt, um einen besseren Austausch zwischen der Produkt- und Dienstentwicklung der Deutschen Telekom und unseren externen Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft zu ermöglichen.

Zentrale Themen in der Gesetzgebung, im Stakeholder-Dialog wie auch im Bemühen, freiwillige, über das Gesetz hinausgehende Regelungen für die Branche zu schaffen, waren insbesondere

- die kontinuierliche Fortführung des Verbraucherdatenschutzes, zum Beispiel in der Online-Werbewirtschaft,
- die Stärkung eines umfassenden und technikübergreifenden Jugendschutzes auf nationalen Ebenen und EU-Ebene, insbesondere die Etablierung eines umfassenden konzernweiten Mindeststandards in der EU,
- die Verbesserung der Standards im Kundenservice, Stärkung des Kundenschutzes in der Telekommunikation, zum Beispiel beim Anbieterwechsel im Festnetz und Mobilfunk sowie
- das Engagement für verbesserte Transparenz gegenüber unseren Kunden sowie gemeinsam mit der gesamten Branche.

Im Bereich des verbesserten Anbieterwechsels im Festnetz hat die Deutsche Telekom im Jahr 2013 weitere wichtige Fortschritte erzielt – intern sowie gemeinsam mit anderen deutschen Telekommunikationsanbietern. Ziel ist es, den Wechsel für Verbraucher einfacher und weitgehend unterbrechungsfrei auszugestalten. Im Mobilfunk wurden 2013 am gesamten Markt die neuen, für alle Mobilfunk-Anbieter geltenden Wechselprozesse erfolgreich etabliert, um auch die Rufnummernportierung aus laufenden Mobilfunk-Verträgen technisch möglich zu machen. Die Telekom steht in allen Themenfeldern für einen konstruktiven und lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Verbraucherbedürfnis als auch an den Unternehmensinteressen ausrichtet.

In Hinblick auf verbesserte Transparenz gegenüber Kunden hat die Telekom in Deutschland 2013 die Initiative ergriffen und damit begonnen, ihre Tarife und Kundenkommunikation noch einmal zu überdenken und neue Weichen zu stellen (siehe auch „Mehr Transparenz über Kosten und Leistungen“). So hat sich die Telekom dem Ziel verschrieben, ihre Produkte und die Kommunikation transparenter und einfacher zu machen – sodass Kunden besser verstehen, was sie von Tarifen im Festnetz und Mobilfunk erwarten können. Darüber hinaus engagierte sich die Telekom im Berichtszeitraum intensiv gemeinsam mit der gesamten Branche für verbesserte Transparenz gegenüber Kunden in Deutschland. Dafür wurde der Bundesnetzagentur im September 2013 ein Maßnahmenpaket in bisher nicht dagewesenem Umfang vorgeschlagen. Unter anderem würde dieses erstmals eine über alle Netztechnologien hinweg vergleichbare Aussage über tatsächliche Bandbreiten im Festnetz ermöglichen.

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 2013 erwirtschafteten wir weltweit an allen Standorten mit 229704 Mitarbeitern (Jahresdurchschnitt 2013) einen Umsatz in Höhe von 60,1 Milliarden Euro – 58 Prozent davon außerhalb Deutschlands. Über Gehälter, Steuern und Beschaffungen leisten wir dabei einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen.

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 sank von 31,2 Milliarden Euro im Vorjahr auf 26,3 Milliarden Euro. An dieser Zahl wird deutlich, dass die wirtschaftliche Entwicklung an unseren Standorten eng mit dem langfristigen Unternehmenserfolg verbunden ist.

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. Mit ihm schaffen wir die Basis für die Teilhabe aller Bürger an der Informations- und Wissensgesellschaft. Unser sogenannter Cash CAPEX, eine Kennzahl, die Investitionen in Anlagen und Systeme zusammenfasst, lag im Jahr 2013 für Deutschland bei 3,4 Milliarden Euro. Davon wurden 0,9 Milliarden Euro in immaterielle Vermögenswerte (ohne Goodwill) und 2,5 Milliarden Euro in Sachanlagenvermögen investiert. Das Steueraufkommen belief sich 2013 auf 0,6 Milliarden Euro.

Darüber hinaus unterstützen wir beispielsweise in Deutschland im Rahmen des Vereins „Ich kann was!“ Initiativen zur Förderung von Kinder- und Jugendprojekten in sozialen Brennpunkten, die jungen Menschen Selbstvertrauen in ihre schulischen und beruflichen Fähigkeiten vermitteln. Außerdem bieten wir bedarfsgerechte Lösungen 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 sowie die
- 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 ihren Stiftungs- und Ausbildungsaktivitäten leistet die Telekom in Deutschland wichtige Beiträge zur Förderung von technischen und naturwissenschaftlichen Kompetenzen junger Menschen. Die von der Deutschen Telekom AG gegründete Deutsche Telekom Stiftung leistet kontinuierlich einen wichtigen Beitrag zur Pflege der deutschen Bildungslandschaft. Sie gehört heute mit einem Stiftungskapital von 150 Millionen Euro zu den großen deutschen Unternehmensstiftungen. Sie engagiert sich bundesweit für eine Verbesserung der Bildung in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik). Die durchschnittliche Gesamtzahl der Auszubildenden und dual Studierenden lag im Ausbildungsjahr 2013/2014 bei rund 8 100.

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 zentrale Forschungs- und Entwicklungseinheit des Telekom Konzerns, die Deutsche Telekom Laboratories (T-Labs), ist international ein wichtiger Akteur in diesem Bereich. Neben den Standorten in Berlin, Bonn und Darmstadt unterhalten wir Institute in Tel Aviv und Los Altos (Kalifornien). Im Jahr 2013 forschten rund 2900 Telekom-Experten und Wissenschaftler in den T-Labs an schnellen, sicheren und nachhaltigen Kommunikationslösungen. Die Schwerpunkte der Arbeit verteilten sich 2013 auf mittelfristig bedeutsame Themen wie die Entwicklung von Technologien, die eine aktuelle Differenzierungsmöglichkeit bieten, sowie neue Geschäftsmöglichkeiten. Zusätzlich engagiert sich T-Labs in der Finanzierung von Lehrstühlen und kooperiert mit Berliner Universitäten sowie weltweit einer Vielzahl weiterer Hochschulen und Institute. Zusammen mit weiteren Partnern aus der Industrie sowie Start-ups sorgt T-Labs so für eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Wirtschaft und sichert den Know-how-Transfer in die Telekom. Der Forschungs- und Entwicklungsaufwand der Telekom lag im Jahr 2013 bei rund 97 Millionen Euro.

LANDESGESELLSCHAFTEN.

Mit Gesellschaften in rund 50 Ländern zählt die Telekom zu den weltweit führenden Telekommunikationsanbietern. Die länderübergreifende Umsetzung und Ausgestaltung der CR-Strategie ist ein Schlüssel zur CR-Vorreiterrolle des Telekom Konzerns. Eine wesentliche Herausforderung hierbei sind die unterschiedlichen, unter anderem von lokalen Rahmenbedingungen geprägten Reifegrade von CR in den Landesgesellschaften.

Über die Karte können Profile ausgewählter Landesgesellschaften erreicht werden, mit denen die Gesellschaften Einblick in ihre lokalen CR-Aktivitäten und Highlight-Projekte geben.

ALBANIEN.

AMC.

Unsere CR-Highlights: Build a Dream.

Das Projekt „Build a Dream“ der albanischen Landesgesellschaft AMC lief 2013 zum dritten Mal und kombiniert ehrenamtliches Engagement mit Teambildung. Im Berichtsjahr haben 40 Mitarbeiter in drei Gruppen teilgenommen, die sich im Rahmen eines dreimonatigen Projekts jeweils mit einer speziellen Aufgabe zur Verbesserung von Lebensbedingungen befassten – in einem Waisenhaus, einer Schule für Schüler mit besonderen Bedürfnissen und einem Altersheim. Neun Geschäftspartner von AMC beteiligten sich ebenfalls an dem Projekt und bewiesen so ihre gemeinsame Verantwortung für die Gesellschaft. Die Teilnehmer des Projekts „Build a Dream 2013“ zeigten Verantwortung und halfen bei der Realisierung der Träume von drei Einrichtungen. Damit zeigten sie den Bewohnern, dass es Menschen gibt, die sie wahrnehmen und ihnen zuhören.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum.

Philanthropy Award 2013:

- AMC erhielt den „Philanthropy Award 2013“ von Partners Albania und Rockefeller Fund für den Beitrag des Unternehmens zur Verbesserung der Lebensqualität – insbesondere benachteiligter Gruppen – in lokalen Gemeinden.

CR Excellence Award 2013:

- Im Rahmen des „5th InfoCom Albania“-Forums wurde AMC für den nachhaltigen Beitrag zum Umweltschutz und die Unterstützung benachteiligter Menschen ausgezeichnet.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



Während die Wirtschaftskrise weiterhin unser Umfeld beherrscht, konnte OTE die Krise mit einer gut durchdachten, proaktiven Strategie bewältigen und solide, nachhaltige Ergebnisse erzielen. Unser fortgesetztes CR-Engagement ist in dieser Strategie fest verankert und spiegelt unsere Überzeugung wider, dass

Nachhaltigkeit und Verantwortung für unseren langfristigen geschäftlichen Erfolg unabdingbar sind. Daher investieren wir in neue Technologie und Infrastruktur, um unser Produkt- und Leistungsportfolio zu erweitern, während wir gleichzeitig für unsere Mitarbeiter ein sicheres und faires Umfeld schaffen wollen, in dem sie sich persönlich weiterentwickeln können. Ich bin davon überzeugt, dass der OTE-Konzern als strategische Landesgesellschaft des Konzerns Deutsche Telekom seine führende Position durch hervorragenden Service, Innovationskraft und die Übernahme von Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt weiter festigen und so deutliche Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Wachstum machen wird.

Michael Tsamaz,
Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile

OTE ist der führende integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa, mit modernsten Sprach-, Mobilfunk- und Breitbanddiensten. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien sowie über AMC in Albanien vertreten.

- Griechenland:
 - Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer
 - Mobilfunk: Marktführer
- Rumänien:
 - Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer
 - Mobilfunk: Herausforderer
- Albanien: Nr. 2 im Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden

- Griechenland:
 - Anschlüsse insgesamt: 2 852 060
 - ADSL-Kunden: 1 261 590
 - OTE-TV-Kunden: 255 912
 - Mobilfunk-Kunden: 7 476 980
- Rumänien:
 - Anschlüsse insgesamt: 2 252 563
 - ADSL-Anschlüsse: 1 249 987
 - TV-Kunden: 1 353 421
 - Mobilfunk-Kunden: 6 091 455
- Albanien:
 - Mobilfunk-Kunden: 2 058 407

Anzahl der Mitarbeiter

- Festnetz-Sparte, Griechenland: 6 878
- Mobilfunk-Sparte: 2 045
- Festnetz-Sparte, Rumänien: 6 796

Deutschen Telekom AG seit

2008

Ja

Zertifizierung nach ISO 14001

Ja

Zertifizierung nach OHSAS 18001

Weitere Informationen im Internet

www.ote.gr

www.cosmote.gr

Eigene CR-Berichte

OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen [CR Bericht](#).

Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen [CR Bericht](#).

Im Jahr 2014 veröffentlichten OTE und Cosmote den zweiten gemeinsamen CR-Bericht.

DEUTSCHLAND.

TELEKOM DEUTSCHLAND GMBH.

Unser CR-Highlight: Markteinführung der ersten DECT-Telefone mit dem „Blauen Engel“.

Im März 2013 konnte die Telekom Deutschland die ersten, bisher einzigen DECT-Telefone mit dem etablierten Umweltzeichen „Blauer Engel“ auf den Markt bringen: Insgesamt zehn Geräte der Sinus-Serie erfüllen die strengen Kriterien des bekanntesten Umweltzeichens in Deutschland. Die DECT-Telefone sind besonders energiesparend und strahlungsarm. Sie verfügen über austauschbare Akkus und Ersatzteile sind langfristig erhältlich. Durch den „Blue Eco Mode“ ermöglichen die neuen Sinus-Telefone dem Verbraucher erstmals, die individuell gewünschte Sendeleistung und somit die Reichweite des Festnetz-Telefons selbst einzustellen.

Das staatliche Umweltzeichen „Blauer Engel“ wird nur bei Einhaltung aller Vergabekriterien, die von einer unabhängigen Jury festgelegt wurden, vergeben. Die Urkunden für die Auszeichnung der zehn Sinus-Geräte wurden von Ursula Heinen-Esser, Staatssekretärin im Bundesumweltministerium, an die Telekom Deutschland übergeben.

Das Unternehmen startete im Laufe des Jahres umfangreiche Kommunikationsaktivitäten rund um die Sinus-Telefone mit dem „Blauen Engel“: Neben einer eigenen Internet-Seite wurden die DECT-Telefone intensiv beworben und Mitarbeiter und Kunden verstärkt über die Nachhaltigkeitseigenschaften der DECT-Telefone informiert. Der Umweltverband Deutsche Umwelthilfe e.V., mit dem die Telekom Deutschland seit über einem Jahrzehnt kooperiert, hatte dem Unternehmen dazu geraten, seine Produkte mit dem staatlichen Umweltzeichen auszuzeichnen und lobte öffentlich die Entscheidung der Telekom Deutschland für den „Blauen Engel“ als vorbildlichen Beitrag zur einer transparenten Verbraucheraufklärung.

Die Vorreiterfunktion der Telekom Deutschland in der Branche und die umfangreichen Kommunikationsmaßnahmen führten zur Nominierung des Unternehmens für den „Blauer-Engel-Preis“, der im Rahmen des Deutschen Nachhaltigkeitspreises im November 2013 vergeben wurde.

Internet-Links:

- www.blauer-engel.de/
- www.telekom.de/der-blaue-engel
- www.nachhaltigkeitspreis.de/category/preistraeger/005_blauer-engel/

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Die Telekom Deutschland bietet ihren Kunden nicht nur das innovativste und qualitativ beste Netz, sondern geht auch in hohem Maße verantwortungsbewusst mit dem Verbrauch von Energie und Rohstoffen um. Wir modernisieren unsere Netztechnik fortlaufend, um die Energieeffizienz zu optimieren und die CO₂-Emissionen zu reduzieren. Gleichzeitig tragen unsere umfang-

reichen Aktivitäten zu Recycling und Weiternutzung von Produkten zur Sensibilisierung von Kunden und damit auch zur Schonung von wertvollen Ressourcen bei.“

Bruno Jacobfeuerborn,
Geschäftsführer Technik, Telekom Deutschland GmbH

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Kerngeschäft: Produkte und Dienste für Festnetz-Telefonie, Breitbandinternet, mobile Sprache und Daten sowie IPTV
Anzahl der Kunden	21 417 000 Festnetz-Anschlüsse, 38 625 000 Mobilfunk-Kunden 2 177 000 TV-Kunden und 12 360 000 Breitband-Retail-Anschlüsse (Stand: 31.12.2013, Quelle Geschäftsbericht)
Anzahl der Mitarbeiter	66 725 (Stand: 31.12.2013, Quelle Geschäftsbericht)
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.com/konzern/weltweit/23110

DEUTSCHLAND.

T-SYSTEMS.

Unser CR-Highlight: Rechenzentren optimieren und konsolidieren.

Die Reduktion der CO₂-Emissionen gehört zu den wesentlichen Elementen der Nachhaltigkeitsaktivitäten der Deutschen Telekom. Eine wichtige Rolle spielen hierbei der Betrieb und die Planung der Rechenzentren (RZ) von T-Systems. Das Ziel einer CO₂-Reduktion verfolgen wir zum einen durch die Verbesserungen in den einzelnen Rechenzentren, zum anderen durch eine Optimierung unserer weltweiten RZ-Landschaft.

In den Jahren 2008 bis 2013 wurde intensiv die Optimierung vorhandener RZ-Flächen vorangetrieben. Beispiele dafür sind die Modernisierung der Kühlsysteme sowie der Einbau von sogenannten Kaltgangeinhausungen, die eine gezielte, bedarfsgerechte Lenkung des kühlenden Luftstroms ermöglichen und damit auf den IT-Flächen Verluste minimieren. Damit einhergehend konnte durch die Weiterentwicklung der IT-Technik und die Migration der Anwendungsumgebungen auf diese neue Technik ein erheblicher Beitrag zur effizienteren Energienutzung erreicht werden.

Zwischen den Jahren 2008 und 2013 konnte so die Effizienz der Energienutzung erhöht werden. Der in der IT-Branche weltweit etablierte Indikator für diese Effizienzsteigerung ist der sogenannte PUE-Faktor (PUE: Power Usage Effectiveness). Hier wird die gesamte im Rechenzentrum verbrauchte Energie in Verhältnis zu der Energieaufnahme der IT gesetzt. Dieser Wert ist für jedes Rechenzentrum ausweisbar. So verbesserte sich der durchschnittliche PUE-Faktor von 1,85 auf 1,64. Denn: Je geringer der Wert ist, desto geringer ist auch der Anteil der „Infrastrukturkomponenten“ am Energieverbrauch eines Rechenzentrums.

Weitere Effizienzen werden durch den Ansatz einer physikalischen Konsolidierung von Rechenzentren erreicht. Dies erfolgt über die Reduktion der RZ-Flächen und Standorte und die Nutzung von logischen Konsolidierungen (d.h. durch Virtualisierung). Mit dem Programm „DC11@2018“ verfolgt T-Systems eine weltweite Konsolidierung von RZ-Standorten mit neuester IT-Technologie auf wenige sogenannte FMO-Rechenzentren (Future Mode of Operation). Durch diese Maßnahme wird mit einer weiteren massiven Reduktion der CO₂-Emissionen gerechnet. Aktuelle Planungen des Programms sehen eine Halbierung der CO₂-Emissionen bis 2020 vor.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Energieeinsparungen sind für uns ein wichtiger Hebel zur Reduktion der CO₂-Emissionen. Seit 2008 haben wir deshalb die Ökobilanz unserer Rechenzentren systematisch optimiert. Durch eine weltweite Konsolidierung der Rechenzentren und die verstärkte Nutzung von

Virtualisierungstechnologien werden wir nun bis 2020 den CO₂-Ausstoß unserer Rechenzentren halbieren. Green IT ist damit für uns keine Zukunft – sondern gelebte Praxis.“

Reinhard Clemens, Chief Executive Officer T-Systems

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems ist die Großkundensparte der Deutschen Telekom. Auf Basis einer weltumspannenden Infrastruktur aus Rechenzentren und Netzen betreibt das Unternehmen Informations- und Kommunikationstechnik für multinationale Konzerne und öffentliche Institutionen. Mit Niederlassungen in über 20 Ländern und globaler Lieferfähigkeit betreut T-Systems Unternehmen aus allen Branchen – von der Automobilindustrie über Telekommunikation, den Finanzsektor, Handel, Dienstleistungen, Energie und Fertigungsindustrie bis zur öffentlichen Verwaltung und dem Gesundheitswesen. Als Triebfeder für Innovation realisiert T-Systems im Konzern Deutsche Telekom ICT-Lösungen zum Vernetzen von Wirtschaft und Gesellschaft, insbesondere auf dem Wachstumfeld „intelligente Netze“. Schwerpunkte sind hier das vernetzte Auto, das Gesundheitswesen sowie effizientes Energiemanagement.
Anzahl der Kunden	400 Großkunden aus allen Branchen
Anzahl der Mitarbeiter	52 700
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.de

GRIECHENLAND.

OTE.

Unser CR-Highlight: Verbesserte Energieeffizienz durch neuen Bürokomplex.

In der zweiten Jahreshälfte 2012 zogen über 1 500 Mitarbeiter der griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote in einen neuen Bürokomplex in Paiania im Großraum Athen um. Der größte Vorteil dieses Umzugs war eine Verringerung des Energieverbrauchs um etwa 25 Prozent, obwohl die Gesamtnutzfläche nahezu in derselben Größenordnung erweitert wurde. Der Komplex nahm 2013 den vollen Betrieb auf und erfüllt höchste Standards der Energieeffizienz. Wir erhielten dafür die Auszeichnung „Leadership in Energy and Environmental Design (LEED)“ in Gold und den Energieeffizienzstandard Klasse A nach dem griechischen Akkreditierungssystem für Gebäudeenergieeffizienz. Vor diesem Umzug nutzte Cosmote fünf verschiedene Gebäude mit einer Gesamtnutzfläche von knapp 23 500 Quadratmetern und einem Gesamtenergieverbrauch von über 6 GWh pro Jahr. Der jährliche Energieverbrauch in dem neuen Komplex liegt derzeit bei etwa 4,5 GWh, bei einer Gesamtnutzfläche von mehr als 29 000 Quadratmetern.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum.

Im Jahr 2013 erhielt der OTE-Konzern folgende Auszeichnungen für sein Engagement im Bereich Corporate Responsibility:

Umweltpreise 2014 (Boussias Communications & Plant Management)

- Kategorie „Abfallmanagement“: Grand Award
- Kategorie „Nachhaltige energieeffiziente Gebäude“: Gold
- Kategorie „Klimaschutz – Emissionsausgleich“: Silber

Preis der Universität der Ägäis für hochwertigen CR-Bericht

- 3. Platz für den CR-Bericht 2012 von OTE-Cosmote (auf der Basis der überarbeiteten GRI-G3.1-Standards)

Auszeichnungen für technische Exzellenz – IT-Zeitschrift „PC Magazine“

- „Internet-Anbieter des Jahres“

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



Während die Wirtschaftskrise weiterhin unser Umfeld beherrscht, konnte OTE die Krise mit einer gut durchdachten, proaktiven Strategie bewältigen und solide, nachhaltige Ergebnisse erzielen. Unser fortgesetztes CR-Engagement ist in dieser Strategie fest verankert und spiegelt unsere

Überzeugung wider, dass Nachhaltigkeit und Verantwortung für unseren langfristigen geschäftlichen Erfolg unabdingbar sind. Daher investieren wir in neue Technologie und Infrastruktur, um unser Produkt- und Leistungsportfolio zu erweitern, während wir gleichzeitig für unsere Mitarbeiter ein sicheres und faires Umfeld schaffen wollen, in dem sie sich persönlich weiterentwickeln können. Ich bin davon überzeugt, dass der OTE-Konzern als strategische Landesgesellschaft des Konzerns Deutsche Telekom seine führende Position durch hervorragenden Service, Innovationskraft und die Übernahme von Verantwortung für

Gesellschaft und Umwelt weiter festigen und so deutliche Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Wachstum machen wird.

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile

OTE ist der führende integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa, mit modernsten Sprach-, Mobilfunk- und Breitbanddiensten. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien sowie über AMC in Albanien vertreten.

- Griechenland:
 - Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer
 - Mobilfunk: Marktführer
- Rumänien:
 - Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer
 - Mobilfunk: Herausforderer
- Albanien: Nr. 2 im Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden

- Griechenland:
 - Anschlüsse insgesamt: 2 852 060
 - ADSL-Kunden: 1 261 590
 - OTE-TV-Kunden: 255 912
 - Mobilfunk-Kunden: 7 476 980
- Rumänien:
 - Anschlüsse insgesamt: 2 252 563
 - ADSL-Anschlüsse: 1 249 987
 - TV-Kunden: 1 353 421
 - Mobilfunk-Kunden: 6 091 455
- Albanien:
 - Mobilfunk-Kunden: 2 058 407

Anzahl der Mitarbeiter

- Festnetz-Sparte, Griechenland: 6 878
- Mobilfunk-Sparte: 2 045
- Festnetz-Sparte, Rumänien: 6 796

Deutschen Telekom AG seit

2008

Ja

Zertifizierung nach ISO 14001

Ja

Zertifizierung nach OHSAS 18001

Weitere Informationen im Internet

www.ote.gr

www.cosmote.gr

Eigene CR-Berichte

OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen [CR Bericht](#).

Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen [CR Bericht](#).

Im Jahr 2014 veröffentlichen OTE und Cosmote den zweiten gemeinsamen CR-Bericht.

GRIECHENLAND.

COSMOTE.

Unsere CR-Highlights: „Our World Is You“ – Unterstützung für Grenzgebiete und Hilfe für Start-ups.

2013 hat die griechische Landesgesellschaft Cosmote zwei weitere Ideen ihrer Kunden im Rahmen ihres Programms „Our World Is You“ realisiert.

Im März 2013 begann die Umsetzung dieser Ideen, die von zwei Kunden aus Samothraki und Prespes stammen und die Lebensbedingungen in dünn besiedelten Grenzgebieten verbessern sollen. In Samothraki umfasste das Projekt die Renovierung eines Bürgerzentrums und die komplette Ausstattung mit einer nagelneuen Bibliothek, voll mit Büchern und Brettspielen, einer neuen Turnhalle und einem Sportplatz, einem Bereich für kulturelle und andere kreative Aktivitäten sowie einem neuen Spielplatz. Computer mit kostenlosem Internet-Zugang und ein Videoprojektionssystem wurden installiert. Außerdem wurde ein neuer Heizkessel angeschafft, um für eine angemessene Beheizung des Komplexes zu sorgen. In Prespes wurden das Patoulideio-Stadion und die Lemos-Stadtbibliothek renoviert. Im Stadion wurden ein neuer Bodenbelag, eine moderne elektronische Anzeigetafel sowie eine abbaubare Bühne für alle Arten von Veranstaltungen installiert. In der Lemos-Bibliothek wurde ein neues Obergeschoss gebaut, um die Kapazität zu erhöhen. Außerdem wurde ein Kinderbereich mit vielen Büchern und Spielzeugen eingerichtet, und Computer mit kostenlosem Zugang zum Internet wurden installiert.

1 000 Menschen aus der Region besuchten die Abschlussveranstaltung.

Die zweite Initiative von Cosmote im Rahmen des Programms „Our World Is You“ unterstützt kreative Menschen mit originellen Geschäftsideen und setzt damit ebenfalls die Idee eines Kunden um. In Zusammenarbeit mit dem griechischen Managementverband, der Entrepreneurial Agency Foundation und der OTEAcademy rief Cosmote das Cosmote StartUp ins Leben, ein Programm, das Unternehmertum fördern, Gelegenheiten schaffen und originelle Ideen entwickeln soll. Zu diesem Zweck werden unter anderem ein erfahrungsbasiertes Schulungsprogramm, ein Managernetzwerk, ein Arbeitsplatz sowie die Planung einer Veranstaltung für die Präsentation der endgültigen Konzepte vor Investoren angeboten. Der Ausschuss wählte zehn Finalisten aus, die an dem intensiven Schulungsprogramm im Rahmen von Cosmote StartUp teilnehmen werden.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

Im Jahr 2013 erhielt der OTE-Konzern folgende Auszeichnungen für sein Engagement im Bereich Corporate Responsibility:

Umweltpreise 2014 (Boussias Communications & Plant Management)

- Kategorie „Abfallmanagement“: Grand Award
- Kategorie „Nachhaltige energieeffiziente Gebäude“: Gold
- Kategorie „Klimaschutz – Emissionsausgleich“: Silber

Preis der Universität der Ägäis für hochwertigen CR-Bericht

- 3. Platz für den CR-Bericht 2012 von OTE-Cosmote (auf der Basis der überarbeiteten GRI-G3.1-Standards)

Auszeichnungen für technische Exzellenz – IT-Zeitschrift „PC Magazine“

- „Internet-Anbieter des Jahres“

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



Während die Wirtschaftskrise weiterhin unser Umfeld beherrscht, konnte OTE die Krise mit einer gut durchdachten, proaktiven Strategie bewältigen und solide, nachhaltige Ergebnisse erzielen. Unser fortgesetztes CR-Engagement ist in dieser Strategie fest verankert und spiegelt unsere

Überzeugung wider, dass Nachhaltigkeit und Verantwortung für unseren langfristigen geschäftlichen Erfolg unabdingbar sind. Daher investieren wir in neue Technologie und Infrastruktur, um unser Produkt- und Leistungsportfolio zu erweitern, während wir gleichzeitig für unsere Mitarbeiter ein sicheres und faires Umfeld schaffen wollen, in dem sie sich persönlich weiterentwickeln können. Ich bin davon überzeugt, dass der OTE-Konzern als strategische Landesgesellschaft des Konzerns Deutsche Telekom seine führende Position durch hervorragenden Service, Innovationskraft und die Übernahme von Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt weiter festigen und so deutliche Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Wachstum machen wird.

Michael Tsamaz,
Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	<p>OTE ist der führende integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa, mit modernsten Sprach-, Mobilfunk- und Breitbanddiensten. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien sowie über AMC in Albanien vertreten.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Griechenland: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer ▪ Mobilfunk: Marktführer ▪ Rumänien: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer ▪ Mobilfunk: Herausforderer ▪ Albanien: Nr. 2 im Mobilfunk-Markt
Anzahl der Kunden	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Griechenland: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anschlüsse insgesamt: 2 852 060 ▪ ADSL-Kunden: 1 261 590 ▪ OTE-TV-Kunden: 255 912 ▪ Mobilfunk-Kunden: 7 476 980 ▪ Rumänien: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Anschlüsse insgesamt: 2 252 563 ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 249 987 ▪ TV-Kunden: 1 353 421 ▪ Mobilfunk-Kunden: 6 091 455 ▪ Albanien: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobilfunk-Kunden: 2 058 407
Anzahl der Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Festnetz-Sparte, Griechenland: 6 878 ▪ Mobilfunk-Sparte: 2 045 ▪ Festnetz-Sparte, Rumänien: 6 796
Deutschen Telekom AG seit	<p>2008</p> <p>Ja</p>
Zertifizierung nach ISO 14001	<p>Ja</p>
Zertifizierung nach OHSAS 18001	<p>Ja</p>
Weitere Informationen im Internet	<p>www.ote.gr</p> <p>www.cosmote.gr</p>
Eigene CR-Berichte	<p>OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen <u>CR Bericht</u>.</p> <p>Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen <u>CR Bericht</u>.</p> <p>Im Jahr 2014 veröffentlichen OTE und Cosmote den zweiten gemeinsamen CR-Bericht.</p>

KROATIEN.

T-HT HRVATSKI TELEKOM.

Unser CR-Highlight: „Solar-Sonnenblumen“ an Grundschulen.

T-HT Hrvatski Telekom finanzierte das im März 2013 gestartete Projekt „Solar-Sonnenblumen“ mit einer Spende von rund 53 000 Euro (400 000 Kroatianische Kuna). Das Projekt wurde in Kooperation mit dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) realisiert. Dabei wurden Grundschulen in Kroatien mit frei stehenden Solaranlagen („Solar-Sonnenblumen“) ausgestattet, die tagsüber dem Lauf der Sonne folgen, sodass die Solarmodule stets in einem optimalen Winkel zur Sonne ausgerichtet sind. Dies steigert den Wirkungsgrad der Anlage und somit die erzeugte Energiemenge um etwa 30 Prozent.

Das Projekt soll helfen, Kinder für erneuerbare Energien – insbesondere Sonnen- und Windenergie – zu begeistern, indem ihnen gezeigt wird, wie viel Energie eine „Solar-Sonnenblume“ in einem bestimmten Zeitraum (Stunde, Tag, Jahr) erzeugen kann. Sie lernen außerdem, dass Energie auch aus Flussströmungen, den Gezeiten, Wellen sowie aus Geothermie und Biomasse gewonnen werden kann.

Unsere Auszeichnungen.

- Für das Projekt „Solar-Sonnenblumen“ wurde T-HT Hrvatski
- Telekom im Jahr 2013 der „Magenta Bronze Award“ der Deutschen Telekom verliehen.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?

„T-HT Hrvatski Telekom betrachtet Nachhaltigkeit und Verantwortung als festen und unverzichtbaren Bestandteil des unternehmerischen Handelns. Als eines der bedeutendsten Unternehmen in einer sich ständig weiterentwickelnden Branche unternehmen wir große Anstrengungen, um unseren Beitrag zu einer positiven Entwicklung der Gesellschaft zu leisten. Wir setzen unsere Stärken gezielt zur Bereicherung des täglichen Lebens in der Gesellschaft ein, in der wir aktiv sind. So können wir unsere Unternehmenswerte an alle unsere Stakeholder weitergeben.



In unserem Bemühen, die Wissensgesellschaft weiterzuentwickeln, bieten wir Zugang zu modernen Telekommunikationsdiensten und IP-Netzen, die zu einer Verbesserung der Lebensqualität unserer Privat- und Geschäftskunden beitragen. Gleichzeitig möchten wir in den Bereichen Umwelt- und Klimaschutz und Ressourcenschonung, die für unsere Gesellschaft von großer Bedeutung sind, mit gutem

Beispiel vorangehen.“

Davor Tomašković,
CEO T-HT Hrvatski Telekom



Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile

T-HT Hrvatski Telekom ist der führende Anbieter von Telekommunikationsdiensten in Kroatien. Als einziger kroatischer Netzbetreiber bietet das Unternehmen das gesamte Spektrum von Festnetz- und Mobilfunk-Diensten, Datenübertragung, Internet und internationaler Kommunikation. Zu den Kernaktivitäten von T-HT Hrvatski Telekom d. d. und anderen Tochtergesellschaften zählen die Bereitstellung von Telekommunikationsdiensten sowie der Aufbau von Telekommunikationsnetzen in Kroatien. Neben Sprachdiensten im Festnetz (Festnetz-Anschlüsse und -Verkehr sowie Zusatzdienste im Festnetz) bietet der Konzern auch Internet-Dienste, darunter IPTV, Datenübertragung (Mietleitungen, Metro-Ethernet, IP/MPLS, ATM) sowie GSM-, UMTS- und LTE-Mobilfunknetze.

Anzahl Kunden	Mehr als 1,2 Mio. Festnetz-Anschlüsse, 2,3 Mio. Mobilfunk-Kunden, 628 414 Breitbandanschlüsse und 390 755 IPTV-Anschlüsse
Anzahl Mitarbeiter	5 621
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	1999
Zertifiziert nach	ISO 14001 und OHSAS 18001
Weitere Informationen im Internet	www.t.ht.hr
Eigene CR-Berichte	Nachhaltigkeitsbericht 2011

MAZEDONIEN.

MAKEDONSKI TELEKOM.

Unser CR-Highlight: Gemeinsame Kampagne von UNICEF und der Stiftung T-Mobile for Macedonia.

Im November 2013 haben das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen (UNICEF) und die Stiftung T-Mobile for Macedonia eine zwölfmonatige Kampagne unter dem Titel „The First Five Are the Most Important“ ins Leben gerufen. Ziel der Kampagne ist es, die Bedeutung der Entwicklung in der frühen Kindheit hervorzuheben und Unterstützung für die Eröffnung neuer Einrichtungen für frühkindliche Entwicklung zu mobilisieren. Diese Kampagne soll das Bewusstsein für die Bedeutung der Ernährung und verantwortungsvollen Fürsorge in einer sicheren und stimulierenden Umgebung während der ersten fünf Lebensjahre steigern. Die Förderung einer gesunden körperlichen, sozialen, emotionalen und kognitiven Entwicklung in diesen Jahren ist von höchster Bedeutung. Um die Schere zwischen urbanen und ländlichen Gebieten, in denen es viel zu wenige Kindergärten gibt, zu schließen, werden in den Gemeinden mit dem größten Bedarf neue Einrichtungen für frühkindliche Entwicklung gebaut. Eine erste Spende der Stiftung T-Mobile for Macedonia in Höhe von 50 000 US-Dollar wird für den Bau von acht Einrichtungen verwendet, die 2014 fertiggestellt werden sollen.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?

„Heutzutage erwarten Stakeholder mehr von einem Unternehmen als nur schwarze Zahlen:

Es soll Verantwortung übernehmen, die über das Ziel des gesunden Wirtschaftens hinausgeht. In der EJR Mazedonien gelten diese Erwartungen gerade für Großunternehmen, die hohe Gewinne erwirtschaften. Für Makedonski Telekom als einen der bedeutendsten Akteure in der mazedonischen Wirtschaft ist es daher sehr wichtig, sich für Nachhaltigkeit zu engagieren. Dabei müssen wir geeignete CSR-Maßnahmen wählen, um



die Weichen richtig zu stellen. Wir wollen jedoch unsere Rolle als verantwortliches Unternehmen nicht nur über Sponsoring und Spenden sichtbar machen – so wie Corporate Responsibility in der EJR Mazedonien meist verstanden wird. Makedonski Telekom will der Öffentlichkeit und dem direkten Umfeld vermitteln, dass CR Engagement für das Gemeinwohl bedeutet, Fairness gegenüber den Mitarbeitern, ethisches Verhalten und

Verantwortung gegenüber der Umwelt. Dabei können wir uns auf die Initiativen und Erfahrungen des Konzerns Deutsche Telekom stützen.

Unsere Aufgabe besteht nicht nur darin, Produkte und Dienste bereitzustellen, sondern die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen und ihre Lebensqualität zu verbessern.“

Thilo Kusch,
CEO Makedonski Telekom



„T-Mobile Macedonia leistet im Bereich CR Pionierarbeit – für eine nachhaltige Entwicklung in Wirtschaft, Umwelt und Gesellschaft. Die gemeinnützige Arbeit der Stiftung T-Mobile for Macedonia hat für die mazedonische Gesellschaft gerade in den letzten zwei Jahren zunehmend an Bedeutung gewonnen. Eine wachsende Zahl von Unternehmen engagiert sich in der EJR Mazedonien für Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Verantwortung. Diesem Trend mangelt es aber noch immer an einem strategischen Ansatz und Fokus. Unsere Aufgabe als Stiftung besteht darin, als Vorbild zu fungieren und Wirtschaftsunternehmen in CR-Belangen den Weg in die Zukunft zu weisen. Wir wollen etwas bewegen. Das können wir jedoch nur mit strategisch nachhaltigen Projekten erreichen, die möglichst großen Zielgruppen einen langfristigen Nutzen bieten. Die Verbesserung der Lebensqualität von Kindern bildet noch immer den Kernbereich unserer Arbeit. Wir werden jedoch unsere Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen, NGOs, Behörden und der Wirtschaft weiter ausbauen. Auf diese Weise tragen wir zur wirtschaftlichen Entwicklung in der EJR Mazedonien bei, und das ist unsere Strategie für die nächsten Jahre.“

Zarko Lukovski,
CEO T-Mobile Macedonia

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Makedonski Telekom ist nach wie vor Marktführer mit einem Marktanteil von 69 Prozent im Bereich Festnetz und einem Marktanteil von 52,5 Prozent im Bereich Breitbandinternet. Der Marktanteil von T-Mobile Macedonia im Mobilfunk-Markt liegt bei mehr als 47,5 Prozent. Die mazedonischen Landesgesellschaften sind damit in ihren Geschäftsfeldern Marktführer in der EJR Mazedonien. (Daten beruhen auf internen Schätzungen)
Anzahl Kunden	Festnetz: 267 000 Breitband: 186 000 IPTV: 88 000 Mobilfunk: 1,2 Millionen
Anzahl Mitarbeiter	1 364 (Makedonski Telekom: 1 027; T-Mobile Macedonia: 337)
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2000
Zertifiziert nach	ISO 14001
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.mk

MEXIKO.

T-SYSTEMS MEXICO.

Unser CR-Highlight: Bildungsprojekt in San José Xacxamayo.

Im Jahr 2013 rief T-Systems Mexico das Programm „Cuenta Conmigo“ (Du kannst dich auf mich verlassen) als Mitarbeiterinitiative ins Leben, um hocheffiziente Projekte zu unterstützen, an denen alle Kollegen teilnehmen können. Diese Projekte konzentrieren sich auf einen oder mehrere der folgenden Bereiche: Einsatz für die Umwelt und eine nachhaltige Entwicklung, Sammlungen und Spenden für Minderheiten, ehrenamtliches Engagement.

Zu den ausgewählten Projekten 2013 gehörte ein Bildungsprojekt in San José Xacxamayo. In dieser Gemeinde haben von 100 Jugendlichen ab 15 Jahren zwölf überhaupt keine Schulbildung, 17 haben die Grundschule nicht beendet, fünf haben die Sekundarschule nicht abgeschlossen, und nur zehn haben die Sekundarschule bis zum Abschluss besucht. Das heißt, nur 15 Prozent hatten Zugang zur Sekundarschulbildung, und nur ein Drittel hat diese Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Im Rahmen dieses Projekts leisteten 33 Mitarbeiter ehrenamtlich 448 Stunden, um 27 Sekundarschulabsolventen technische Grundlagen und IT-Technik zu vermitteln, und veranstalteten Workshops zum Thema „Menschliche Entwicklung“ für diese Zielgruppe. Außerdem spendeten 321 Mitarbeiter 19 513 Euro, und T-Systems spendete weitere 5 000 Euro für den Aufbau einer Schreinerwerkstatt, in der seit September 2013 unterrichtet wird.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- Wir erhielten eine Auszeichnung von **Recall International** für unseren aktiven Beitrag und unser Engagement für die Umwelt.

MONTENEGRO.

CRNOGORSKI TELEKOM.

Unser CR-Highlight: Auszeichnung für soziales Engagement – „ISKRA 2013“.

Crnogorski Telekom wurde im Rahmen von ISKRA 2013 für ihr soziales Engagement ausgezeichnet. Diese Auszeichnung wird jährlich vom Fund for Active Citizenship an Einzelpersonen, Unternehmen und Institutionen für soziales Engagement und das Eintreten für Solidarität und Menschlichkeit verliehen. Die Preisverleihung wurde gemeinsam von der montenegrinischen Handelskammer, dem Ministerium für nachhaltiges Wachstum und Tourismus und der Abteilung für im Ausland lebende Montenegriner des Ministeriums für auswärtige Angelegenheiten und europäische Integration veranstaltet.



Frau Varvara Lješević nahm in ihrer Funktion als Leiterin Marketing und Unternehmenskommunikation bei Crnogorski Telekom diese besondere Auszeichnung bei der Preisverleihung am 9. Dezember 2013 in Cetinje entgegen.

Unsere Auszeichnungen und Kooperationspartner.

Unsere Auszeichnungen:

- „Annual Award for Social Responsibility“ 2012, verliehen von der montenegrinischen Wirtschaftskammer (April 2013)
- Auszeichnung für soziales Engagement, ISKRA 2013 (Dezember 2013)
- Drei Auszeichnungen im Rahmen der von der Agentur Blue Coach für 2013 durchgeführten externen Benchmark-Studie: „Bestes Großunternehmen“ als Arbeitgeber in Montenegro, „Attraktivster Arbeitgeber“ sowie „Fair Play Award“ (Februar 2014)

Unsere Kooperationspartner:

- Food Bank of Montenegro (gemeinnützige Organisation für Lebensmittelhilfe)
- Roditelji, Stadt Podgorica, gemeinnützige Organisation
- Fakultät für bildende Künste Cetinje (Universität Montenegro)
- Montenegrinisches Gesundheitsministerium
- Green Home, gemeinnützige Organisation
- Interessenverband der Patienten mit Diabetes und Herzerkrankungen, Berane
- Öffentliches Krankenhaus Danilo I, Cetinje; Technische Hochschule Vaso Aligrudić, Podgorica
- Zdrava – Dona Montenegrina, gemeinnützige Organisation

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Wir wollen nicht nur unseren Kunden die modernsten Telekommunikationsdienste anbieten, sondern auch aktiv zur Entwicklung der Gesellschaft beitragen, in der wir aktiv sind, und Projekte, die für die Bürger von Montenegro wichtig sind, unterstützen.“

Als eines der größten und erfolgreichsten Unternehmen in Montenegro tragen wir besondere Verantwortung: Wir werden weiterhin der führende Partner für die Entwicklung Montenegros zu einer Informationsgesellschaft sein, und wir werden uns auch in Zukunft in allen Bereichen engagieren, die für diese Gesellschaft wichtig sind.“

Rüdiger Schulz,
CEO Crnogorski Telekom

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Crnogorski Telekom ist das führende Telekommunikationsunternehmen in Montenegro. Im Festnetz-Bereich hat Crnogorski Telekom einen Marktanteil von 98,3 Prozent, bei ADSL von 81,6 Prozent und bei IPTV von 41,6 Prozent. Im Bereich Mobilfunk hat Crnogorski Telekom einen Marktanteil von 35,5 Prozent.
Anzahl Kunden	Mobilfunk: 352 840 Festnetz: 167 182 ADSL: 74 350 IPTV: 61 751 Dezember 2013
Anzahl Mitarbeiter	684
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2005
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.me
Eigene CR-Berichte	Weitere Informationen zum CR-Engagement von Crnogorski Telekom im aktuellen Geschäftsbericht 2012 (Seiten 26–27) .

NIEDERLANDE.

T-MOBILE NETHERLANDS.

Unser CR-Highlight: Sicheres Fahren – Keine SMS am Steuer.

In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Infrastruktur und Umwelt, KPN, Vodafone und einigen Nichtregierungsorganisationen hat T-Mobile Netherlands eine landesweite Kampagne gestartet, um vor den Gefahren des SMS-Schreibens beim Autofahren zu warnen. Die Kampagne erreicht Millionen Menschen über die Massenmedien (Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen) sowie über Tafeln an den Autobahnen. Da tödliche Unfälle in Verbindung mit der Nutzung von Mobiltelefonen zunehmen, ist es für T-Mobile wichtig, das Bewusstsein für dieses Problem zu erhöhen. In den 116 niederländischen T-Shops werden daher Broschüren verteilt, die auf diese Gefahr aufmerksam machen. Seit dem Start der Kampagne im September 2013 wurde das Online-Video etwa 70 000 Mal angeklickt.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Wir sind überzeugt, dass das mobile Internet die Art und Weise, wie Menschen mit ihrer Umwelt kommunizieren, grundlegend verändert. Wir als Gesellschaft können unser Potenzial stärker ausschöpfen,

wenn alle Bürger, Unternehmen und Organisationen Zugang zum mobilen Internet haben – einfach und nutzerfreundlich, mit größtmöglicher Transparenz und Sicherheit. Im Jahr 2013 haben wir proaktiv Kunden mit unerwartet hoher Nutzung angesprochen, um „böse Überraschungen“ zu vermeiden. In Zusammenarbeit mit dem niederländischen Ministerium für Infrastruktur und Umwelt machen wir die Nutzer darauf aufmerksam, wie gefährlich es ist, während des Autofahrens SMS-Nachrichten zu schreiben oder in sozialen Medien zu kommunizieren. Die Norm ISO 14001 hilft uns dabei, die Leistungsfähigkeit unseres Unternehmens zu steigern, weniger Abfall zu produzieren und unseren Energieverbrauch zu senken. Über unsere Partnerschaft mit der Organisation War Child setzen wir uns mit unserer Kompetenz, freiwilligem Engagement und Ressourcen dafür ein, die Lebensbedingungen von Kindern in Kriegsgebieten zu verbessern. Wir beziehen unsere Stakeholder – Kunden, Lieferanten, NGOs und Mitarbeiter – in die Weiterentwicklung und Umsetzung unserer Strategie ein und bringen sie dadurch miteinander in Verbindung.“

Erwin Zijlstra,
Leiter Unternehmenskommunikation T-Mobile Netherlands

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Mobilfunk. T-Mobile ist mit einem Marktanteil von rund 25 Prozent das drittgrößte Unternehmen in diesem Markt.
Anzahl Kunden	4,4 Millionen
Anzahl Mitarbeiter	1 505 Vollzeitkräfte
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	Hundertprozentige Tochter seit 2002
Zertifiziert nach	ISO 14001
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.nl
Eigene CR-Berichte	http://newsroom.t-mobile.nl/download/mobilemvojaarverslag2012en.pdf

NIEDERLANDE.

T-SYSTEMS NETHERLANDS.

Unser CR-Highlight: Benefizdinner für Radio 538 / War Child.

Ein Benefizdinner für zahlende Gäste, Angehörige, Partner, Lieferanten und Kunden wurde von Freiwilligen der T-Systems Netherlands organisiert und veranstaltet. Die Idee für dieses Benefizdinner entstand, als der Vorstand von T-Systems Netherlands beschloss, von Weihnachtsgeschenken abzusehen und stattdessen 10 000 Euro an War Child zu spenden. Unter den Mitarbeitern von T-Systems Netherlands fand sich eine Gruppe begeisterter und engagierter Hobbyköche für einen guten Zweck zusammen und bewies gesellschaftliche Verantwortung.



Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Gesellschaftliche Verantwortung ist eine wichtige Form der Selbstregulierung, um die Befolgung von Gesetzen, ethischen Standards und internationalen Normen zu überwachen und sicherzustellen. Kunden erwarten ein eindeutiges Engagement für gesellschaftliche Verantwortung von ihren Partnern, das ihrer eigenen Einstellung entspricht. Tatsächlich ist dies oft Voraussetzung für Geschäftsbeziehungen. T-Systems erfüllt die Erwartungen der Kunden in diesem wichtigen Bereich uneingeschränkt. Wir nehmen ökologische und gesellschaftliche Werte in unser Denken auf und gestalten unsere Geschäftstätigkeit verantwortungsvoll und nachhaltig.“

Jerry Boezel,
Vorstandsvorsitzender T-Systems Netherland

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Schwerpunkt auf internationalen Kunden bei Fertigung, Finanzen, Handel, Transport & Logistik sowie Einzelhandel. Marktanteil ca. 4 Prozent im IT-Dienstleistungssegment.
Anzahl der Kunden	> 20
Anzahl der Mitarbeiter	525 (Full-Time-Equivalents, FTE <input type="checkbox"/>)
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2001
Zertifizierung nach	ISO 14001 <input type="checkbox"/> und OHSAS 18001 <input type="checkbox"/>
Weitere Informationen im Internet	http://www.t-systems.nl/

ÖSTERREICH.

T-MOBILE AUSTRIA.

Unser CR-Highlight: Nachhaltigkeitsbericht als App spart Papier.

Um ein deutliches Zeichen für umweltfreundliches Handeln zu setzen, hat T-Mobile Austria bei ihrem Nachhaltigkeitsbericht 2013 auf eine gedruckte Version verzichtet. Stattdessen wurde der Bericht ausschließlich elektronisch veröffentlicht und steht so einem breiten Publikum zur Verfügung: als iPad-App sowie eine für alle Bildschirmgrößen optimierte Website.



Unter dem Titel „Gut verbunden“ veröffentlichte T-Mobile Austria im August 2013 zum zweiten Mal einen umfassenden Nachhaltigkeitsbericht auf Basis des international anerkannten Standards der Global Reporting Initiative (GRI G4).

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Für T-Mobile Austria bedeutet Corporate Responsibility, über unsere gesetzlichen Verpflichtungen hinaus gesellschaftlich Verantwortung zu übernehmen: für unsere Kunden, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die österreichische Gesellschaft und die Umwelt, in der wir leben und tätig sind. Unsere CR-Strategie wird in Hinblick auf diese unterschiedlichen Stakeholder von einem internen Nachhaltigkeits-Board entwickelt und liegt in der direkten Verantwortung von CEO und Geschäftsleitung.“

Diversität und Life-Work-Balance sind das Fundament unserer Rolle als Arbeitgeber: Indem bei T-Mobile die unterschiedlichsten Menschen arbeiten und zusammenkommen, finden wir auch vielfältige, kreative Lösungen für die vielfältigen Aufgaben, denen sich das Unternehmen tagtäglich stellt. Die Gleichbehandlung von Frauen und Männern, Alt und Jung, unabhängig von Herkunft, ist für T-Mobile leitendes Prinzip.

Darum wendet sich auch unser gesellschaftliches Engagement nach dem Prinzip „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ gegen Aussonderung und für die Inklusion aller gesellschaftlichen Gruppen. Dazu zählen die langjährige Sponsoring des Life Ball und die dadurch unterstützten Projekte für Menschen mit HIV. Wir beteiligen uns an der Kampagne „Kampf gegen Armut“ der Volkshilfe Österreich und treten für jugendliche Flüchtlinge ein, die ohne Familie nach Österreich kamen und denen wir bei T-Mobile qualifizierte Ausbildung und berufliche Zukunft bieten. Im Bildungsbereich wollen wir durch Schul-

projekte dazu beitragen, Kindern und Jugendlichen die reichhaltigen Lernchancen von Connected Learning zu öffnen.

Mit zukunftsorientierten Technologien und Produkten wollen wir unseren CO₂-Footprint langfristig reduzieren. Statt selbst Teil des Problems zu sein, kann Telekommunikation wesentlich zur Lösung von Umweltproblemen beitragen: Darum vergibt der von T-Mobile Austria gegründete gemeinnützige TUN-Fonds (T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds) jährlich Preise im Umfang von 50 000 Euro für Projekte, die innovative Lösungen für Umweltprobleme entwickeln. Der frühere EU-Kommissar Franz Fischler ist dabei als Juryvorsitzender Garant für die hohe Qualität und Autonomie dieser Projekte.“

Andreas Bierwirth,
CEO T-Mobile Austria

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Austria bedient mit den Marken T-Mobile und tele.ring 4,1 Millionen Kunden und ist damit der zweitgrößte Mobilfunk-Anbieter Österreichs.
Anzahl Kunden	4 100 000
Anzahl Mitarbeiter	1 400
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2000
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.at
Lokaler CR-Bericht	http://nachhaltig.t-mobile.at und in der iPad-App "Gut Verbunden"

ÖSTERREICH.

T-SYSTEMS AUSTRIA.

Unser CR-Highlight: „Gemeindebau 3.0“ – Vernetzte Nachbarschaft verringert digitale Kluft.

Zwischen Oktober 2012 und Oktober 2013 führten Mitarbeiter von T-Systems Austria gemeinsam mit Partnern ehrenamtlich insgesamt 170 Multimedienschulungen in der Wohnanlage Körnerhof im Wiener Bezirk Margareten durch. Rund 2 500 Bewohner sowie Besucher des örtlichen Jugendzentrums nahmen an einer der für sie kostenlosen Schulungen teil. Im Oktober 2012 hatte T-Systems Austria im Rahmen eines Kooperationsprojekts mit dem Bezirk einen mit Multimedia ausgestatteten Container in der Wohnanlage aufgestellt, um den überwiegend einkommensschwachen Anwohnern Zugang zu moderner Multi-mediatechnik zu ermöglichen.



Hier boten die Mitarbeiter ihre Schulungen an. Auf der begleitenden Informations- und Social-Media-Plattform www.koernerhof.at haben sich seit Projektbeginn bereits rund 350 Bewohner registriert. Aufgrund der positiven Rückmeldungen wird das zunächst auf ein Jahr angelegte Projekt um weitere zwölf Monate verlängert. Außerdem sollen neue Kooperationspartner gewonnen werden, um den hohen Bedarf an Schulungen zu decken.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„In Österreich setzen wir unsere CR-Schwerpunkte auf Umwelt und Bildung. Die gezielte Förderung junger Talente insbesondere im technischen Umfeld sowie die Förderung der IT-Kompetenz von benachteiligten Menschen ist uns ein ganz besonderes Anliegen. Wir unterstützen daher auf der einen Seite den österreichischen Schülerwettbewerb mit dem Jugend Innovativ Sonderpreis „idea.goes.app Award“ von T-Systems – einer Auszeichnung für innovative Schülerprojekte in den Bereichen Gesundheit, Energie und Mobilität.

Auf der anderen Seite setzen wir uns für junge, unbegleitete Flüchtlinge ein, indem wir ihnen IT-Kurse und Praktikumsplätze anbieten, um ihnen den Zugang zur Informationsgesellschaft zu erleichtern und sie in unsere Gesellschaft besser zu integrieren.

Wir engagieren uns auch für unsere Umwelt mit Pionierleistungen im Bereich Green IT und durch die Stärkung eines nachhaltigen Handelns

in unserer gesamten Wertschöpfungskette. Mit einer State-of-the-Art-Technologie und -Infrastruktur in unseren Datacentern bieten wir unseren Kunden ICT-Lösungen, die den Energieverbrauch senken und zu einer Verbesserung des CO₂-Fußabdrucks führen. Optimierbare Bereiche und potenzielle Energieeinsparungen lassen sich mit unserem Green Dynamics Tool anschaulich illustrieren.

Wir setzen auch stark auf das Umweltbewusstsein unserer Mitarbeiter und fördern ihre Fähigkeit, innovative Produkte für unsere Kunden zu entwickeln und die Arbeitsabläufe in unserem Unternehmen effizient zu gestalten. Mit dem Event „Green Day“ starteten wir gemeinsam mit T-Mobile Austria bereits im Jahr 2010 entsprechende Initiativen.“

Martin Katzer,
Vorsitzender der Geschäftsführung von T-Systems Austria

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Austria bietet Geschäftskunden innovative ICT-Dienstleistungen in den Bereichen Datacenter, Cloud und Security an.
Anzahl Kunden	Rund 300
Anzahl Mitarbeiter	Rund 600
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Zertifiziert nach	ISO 14001 und OHSAS 18001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.at

POLEN.

T-MOBILE POLAND.

Unser CR-Highlight: CR-Highlight: Hilfe nach Kilometern.

Im Rahmen der Kampagne „Hilfe nach Kilometern“ von T-Mobile Poland wurde gemessen, wie viele Kilometer die Teilnehmer laufend, mit dem Fahrrad, auf Rollerskates oder bei Wanderungen absolvierten. Behinderte Menschen in Rollstühlen und mit Handbikes konnten ebenfalls teilnehmen. Für die Anmeldung mussten die Teilnehmer lediglich eine Endomondo-App installieren und immer dann einschalten, wenn sie körperlich aktiv waren. Bis zum Ende der Kampagne hatten mehr als 250 000 Teilnehmer über 40 Millionen Kilometer zurückgelegt, und T-Mobile Poland spendete über die Stiftung „You Are Not Alone“ 230 000 Euro für behinderte Kinder.

Wir hören unseren Stakeholdern zu. Ihre Meinung ist uns wichtig und beeinflusst unser Handeln. Und wir setzen ihre Erwartungen konsequent in unserer täglichen Arbeit um.

Wir sind überzeugt, dass wir mit diesem strategischen CR-Ansatz nicht nur Wettbewerbsvorteile gewinnen, sondern auch einen Beitrag zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsqualität unserer Mitarbeiter, Kunden und anderer Stakeholder leisten.“

Miroslav Rakowski,
CEO T-Mobile Poland

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Poland ist einer der drei führenden Anbieter auf dem polnischen Mobilfunk-Markt.
Anzahl Kunden	15 563 Millionen
Anzahl Mitarbeiter	Ca. 5 000
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	1995 – Anteilseigner; Alleingesellschafter seit Anfang 2011
Zertifiziert nach	ISO 14001 <input type="checkbox"/> und OHSAS 18001 <input type="checkbox"/>
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.pl



Über 250 000 Menschen nahmen an der Kampagne teil.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Unternehmerische Verantwortung ist seit jeher ein fester Bestandteil der Strategie von PTC. Wir haben unsere Marke nicht nur durch Dienste von höchster Qualität stark gemacht. Auch die Leidenschaft und das Engagement unserer Mitarbeiter, unsere Kunden und das Vertrauen der Öffentlichkeit spielen dabei eine wichtige Rolle. Heute vertritt PTC eine der stärksten Marken in der Telekommunikation: T-Mobile.

Wir haben die Marke auf der Grundlage moderner Führungsgrundsätze entwickelt. Verantwortungsvolles Unternehmenshandeln, also Corporate Responsibility, ist dabei eine wichtige Säule. Unsere tägliche Arbeit basiert auf unserem Code of Conduct. Diese Grundsätze enthalten nicht nur Vorgaben für unser Verhalten am Arbeitsplatz, sondern auch für die Beziehung zu allen Stakeholdern.

RUMÄNIEN.

ROMTELECOM UND COSMOTE ROMANIA.

Unsere CR-Highlights: The Biggest Sports Hour.

„The Biggest Sports Hour“ 2013 – das waren drei Tage intensiver sportlicher Aktivitäten für die breite Öffentlichkeit, die im Juli von Dolce Sport, dem Sportkanal von Romtelecom in Rumänien, organisiert wurden. Es gab einen Tag mit Veranstaltungen in Bukarest und zwei Tage im Badeort Mamaia.

Mehr als 3 500 Menschen nahmen an beiden Veranstaltungen teil, und etwa 300 Berichte über diese Veranstaltungen erschienen in den Massenmedien.

„The Biggest Sports Hour“ ist einer der Schwerpunkte der Gesundheitskampagne „Sports Is Good“, die vor drei Jahren von Dolce Sport ins Leben gerufen wurde. Damit soll die Gesundheit der Teilnehmer durch sportliche Aktivitäten und eine ausgewogene Ernährung verbessert werden. So werden die Zuschauer von Dolce Sport selbst sportlich aktiv.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum.

- 2. Preis bei den CSR Awards mit der letztjährigen Kampagne „Sports Is Good“ in der Kategorie Gesundheit
- 3. Preis bei der Civil Society Gala für die Kampagne „Words Hurt, Don't They?“
- 3. Platz in der Kategorie „Supporting Community“ bei den nationalen CSR Awards 2013 für die Kampagne „Custom of Love“
- Exzellenz-Diplom für die CSR-Berichterstattung von ARC, einer nationalen gemeinnützigen Organisation

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



Während die Wirtschaftskrise weiterhin unser Umfeld beherrscht, konnte OTE die Krise mit einer gut durchdachten, proaktiven Strategie bewältigen und solide, nachhaltige Ergebnisse erzielen. Unser fortgesetztes CR-Engagement ist in dieser Strategie fest verankert und spiegelt unsere

Überzeugung wider, dass Nachhaltigkeit und Verantwortung für unseren langfristigen geschäftlichen Erfolg unabdingbar sind. Daher investieren wir in neue Technologie und Infrastruktur, um unser Produkt- und Leistungsportfolio zu erweitern, während wir gleichzeitig für unsere Mitarbeiter ein sicheres und faires Umfeld schaffen wollen, in dem sie sich persönlich weiterentwickeln können. Ich bin davon überzeugt, dass der OTE-Konzern als strategische Landesgesellschaft des Konzerns Deutsche Telekom seine führende Position durch hervorragenden Service, Innovationskraft und die Übernahme von Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt weiter festigen und so deutliche Fortschritte auf dem Weg zu nachhaltigem Wachstum machen wird.

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile

OTE ist der führende integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa, mit modernsten Sprach-, Mobilfunk- und Breitbanddiensten. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien sowie über AMC in Albanien vertreten.

- Griechenland:
 - Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer
 - Mobilfunk: Marktführer
- Rumänien:
 - Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer
 - Mobilfunk: Herausforderer
- Albanien: Nr. 2 im Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden

- Griechenland:
 - Anschlüsse insgesamt: 2 852 060
 - ADSL-Kunden: 1 261 590
 - OTE-TV-Kunden: 255 912
 - Mobilfunk-Kunden: 7 476 980
- Rumänien:
 - Anschlüsse insgesamt: 2 252 563
 - ADSL-Anschlüsse: 1 249 987
 - TV-Kunden: 1 353 421
 - Mobilfunk-Kunden: 6 091 455
- Albanien:
 - Mobilfunk-Kunden: 2 058 407

Anzahl der Mitarbeiter

- Festnetz-Sparte, Griechenland: 6 878
- Mobilfunk-Sparte: 2 045
- Festnetz-Sparte, Rumänien: 6 796

Deutschen Telekom AG seit

2008

Ja

Zertifizierung nach ISO 14001

Ja

Zertifizierung nach OHSAS 18001

Weitere Informationen im Internet

www.ote.gr
www.cosmote.gr

Eigene CR-Berichte

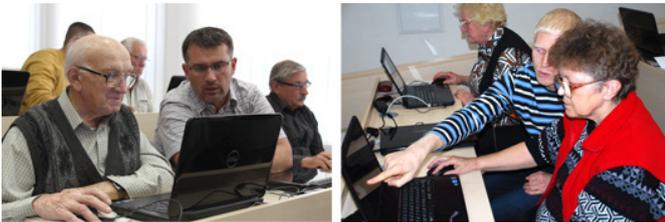
OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen [CR Bericht](#).
Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen [CR Bericht](#).
Im Jahr 2014 veröffentlichen OTE und Cosmote den zweiten gemeinsamen CR-Bericht.

SLOWAKEI.

T-SYSTEMS SLOVAKIA.

Unsere CR-Highlights: Förderung der Medienkompetenz von Senioren.

T-Systems Slovakia brachte im September 2013 in Zusammenarbeit mit einer elektrotechnischen Schule in Košice das neue Pilotprojekt „AjTy Senior“ auf den Weg („Aj Ty“ wird wie IT ausgesprochen und bedeutet im Slowakischen „du auch“). Im Einklang mit der Überzeugung der Telekom, dass es keine Altersgrenze für IT-Kompetenz gibt, wendet sich dieses Projekt an die Bedürfnisse älterer Mitbürger, zum Beispiel indem man ihnen zeigt, wie sie mit den modernen Geräten ihre Enkel anrufen oder die Nachrichten im Internet lesen können. Acht Mitarbeiter von T-Systems Slovakia wirkten ehrenamtlich als Lehrer für die 16 Senioren im ersten Halbjahr an diesem Projekt mit. Außerdem hat T-Systems Slovakia im Rahmen einer neuen Initiative ein Programm eingeführt, bei dem Führungskräfte, ICT-Experten und Lehrer aktiv mit Absolventen weiterführender Schulen arbeiten und sie im Bereich ICT-Technik und -Dienste ausbilden. Gemeinsam mit einer Schule vor Ort wurde ein Programm entwickelt und eingeführt, das auf der Ausbildung von IT-Technikern in Deutschland sowie Best Practices der Berufsausbildung bei der Deutschen Telekom basiert. 30 Auszubildende nahmen 2013 an diesem Programm teil.



Mitarbeiter von T-Systems helfen Senioren beim Umgang mit modernen Medien

Auszeichnungen und neue Mitgliedschaften.

- Auszeichnung „Via Bona“ der Pontis-Stiftung für die Unterstützung des kreativen Engagements von Mitarbeitern in ihrer Freizeit

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Sicherer Zugang zum Internet und die Sicherheit von vertraulichen Daten im geschäftlichen und privaten Bereich bestimmten im vergangenen Jahr die Schlagzeilen – Spionage und Datenlecks wurden zum großen Thema. Sicherheit und Vertrauen in IT-Lösungen sind wichtige Kriterien für unsere Kunden, wenn sie sich für Lösungen aus dem Hause T-Systems entscheiden. Für viele Unternehmen ist Cloud Computing nach wie vor tabu, da sie diese Technologie als unsicher und für sich ungeeignet erachten. T-Systems hat in den vergangenen Monaten und Jahren große Anstrengungen unternommen, um die „Cloud“ zu einer besseren und sehr sicheren Option zu machen, und wurde dafür mit dem uneingeschränkten Vertrauen vieler Großkunden belohnt, die ihre konventionelle IT in die T-Systems Cloud verlagert haben. Daran

war T-Systems Slovakia (TSSK) maßgeblich beteiligt. Mit regelmäßigen unabhängigen Prozess- und Sicherheitsprüfungen weisen wir nach, dass TSSK nach international gültigen Standards arbeitet. Im vergangenen Jahr wurde TSSK erfolgreich nach ISO 9001 zertifiziert. Dabei wurden keinerlei Probleme festgestellt, sondern im Gegenteil Empfehlungen und Best-Practice-Beispiele für andere Unternehmen abgeleitet. Zudem erhielten wir von unabhängigen Prüfern das Zertifikat für Sicherheit in der Industrie, das uns proaktives Handeln in Bezug auf Sicherheit und die zugehörigen Prozesse bescheinigt.

Umsatz und Mitarbeiterzahl von T-Systems Slovakia wachsen weiter. Damit wir auch künftig die benötigten qualifizierten Mitarbeiter finden, um alle Herausforderungen zu bewältigen, haben wir gemeinsam mit den kommunalen und staatlichen Behörden ein duales Ausbildungssystem eingerichtet. Dieses duale System soll die Lücke zwischen weiterführenden Schulen und Universitäten schließen und den Schwerpunkt vor allem auf die praktische Ausbildung legen. Die ersten 30 Auszubildenden wurden im September vergangenen Jahres eingestellt. Mit Unterstützung unserer Muttergesellschaft, der Deutschen Telekom, haben wir bei TSSK ein erfahrenes Team aufgestellt, dessen Aufgabe es ist, dieses Modell in den nächsten Jahren auf 90 Auszubildende auszuweiten. Im Rahmen einer exklusiven Partnerschaft mit einer elektrotechnischen Schule in Košice werden wir junge Auszubildende im Umgang mit geschäftsrelevanten Themen wie Qualität, Prozesse, Lösungen und IT schulen.

Das IT-Umfeld ist einem ständigen Wandel unterworfen, unsere technischen Lösungen werden laufend weiterentwickelt, und die Lebenszyklen bei technischen Produkten werden immer kürzer. Der IT-Sektor wird weiterhin anspruchsvolle Herausforderungen bieten und im harten Wettbewerb stehen. Damit unsere slowakische Landesgesellschaft auch künftig erfolgreich sein kann, brauchen wir ein stabiles nationales Umfeld und Unterstützung bei der Qualifizierung geeigneter Mitarbeiter.“

Thomas Bogdain,
Geschäftsführer T-Systems Slovakia

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Automobilindustrie, Energie, Banken und Gesundheitswesen sowie weitere Branchen
Anzahl Kunden	Über 250
Anzahl Mitarbeiter	Über 3 000 im Februar 2013 (2 890 Mitarbeiter zum 31.12.2013)
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2006
Zertifiziert nach	ISO 14001 und OHSAS 18001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.sk

SLOWAKEI.

SLOVAK TELEKOM.

Unser CR-Highlight: Engagement für Hörbehinderte.

Während der Internationalen Woche der Hörbehinderten (23. bis 29. September 2013) organisierte Slovak Telekom verschiedene Aktionen. Dazu gehörte unter anderem eine neue Kampagne, die durch die Stummfilme des frühen 20. Jahrhunderts inspiriert war, sowie eine Auf-führung mit hörbehinderten Schauspielern des Theaters Silent Sparks. Damit sollte gezeigt werden, dass Hörbehinderte, die vor einem Jahr-hundert Stars hätten sein können, heute Stars bei Slovak Telekom sind. Das Symbol „ILY“ (I Love You) wurde – wie bereits im Vorjahr – in die Kampagne einbezogen und kennzeichnet jedes Telekom Center, in dem ein Mitarbeiter die Grundlagen der Zeichensprache beherrscht.

Am 24. September organisierten Slovak Telekom und die Pontis Founda-tion einen Tag der offenen Tür an der Schule für Hörbehinderte. Dabei sollten der Öffentlichkeit die Fähigkeiten hörbehinderter Men-schen in verschiedenen Bereichen wie Frisieren, Gartenarbeiten, Flori-stik, Nähen von Decken und Kissen sowie grafisches Design nahege-bracht werden. Am Tag der offenen Tür konnten die hörbehinderten Schüler einer von Slovak Telekom geförderten musiktherapeutischen Klasse auch ihre Fertigkeiten am Schlagzeug beweisen. Andere Schüler führten Tänze vor und brachten ein kurzes Theaterstück auf die Bühne. Außerdem bot sich den Besuchern die Gelegenheit, die ersten Grundla-gen der Zeichensprache zu erlernen. Mobile Lehrer waren anwesend, um mit den Familien zu sprechen.



Slovak Telekom organisierte ver-schiedene Aktivitäten während der Internationalen Woche der Hörbe-hinderten.

Unsere Auszeichnungen und neuen Mitgliedschaften.

- Sheeplive.eu ist ein einzigartiges Cartoon-Projekt aus der Slowakei und befasst sich mit der sicheren Nutzung des Internets. Es wurde mit dem World Summit Award (WSA) der UN in der Kategorie e-Inclusion & Empowerment als eines der weltweit besten e-Con-tent-Produkte ausgezeichnet und steht für Innovation, technischen Fortschritt und perfektes Design.

- „Magenta Award“ (3. Platz) für die PR- und Marketingkampagne „Love Needs No Words“ („Liebe braucht keine Worte“), mit der Hörbehinderte unterstützt werden.
- Slovak Telekom ist Mitglied des Slovak Compliance Circle, einer Vereinigung, die sich für Compliance und ethisch einwandfreies geschäftliches Verhalten in der Slowakei einsetzt.

Why corporate responsibility matters to our company.



„In unserem Geschäft geht es nicht nur um die Ziele unserer Aktionäre, sondern langfristig auch um das Verhalten unserer Gesellschaft gegen-über Gemeinden, Mitarbeitern, Kunden, Lieferan-ten und der Umwelt. Durch unsere Aktivitäten wol-len wir zeigen, dass eine Symbiose zwischen geschäftlichem Erfolg und gesellschaftlicher Ver-antwortung möglich ist.“

Unser Geschäft ist die Bereitstellung von Informations- und Kommunika-tionstechnologien. Wir möchten ihre Vorteile hervorheben, aber auf die Probleme hinweisen, die diese Technologien, insbesondere in den Hän-den von Kindern, mit sich bringen können. Unser Unternehmen beschäf-tigt Experten und möchte zur Ausbildung neuer Experten beitragen. Die Telekommunikationsbranche hat beträchtliche Auswirkungen auf die Umwelt, und wir versuchen, diese zu minimieren. Wir sind einer der größ-ten Arbeitgeber und möchten eine Arbeitsumgebung schaffen, die ein Gleichgewicht zwischen dem Arbeits- und Privatleben unserer Mitarbei-ter ermöglicht. Als starkes Unternehmen möchten wir den Schwächeren und Benachteiligten helfen.

Ich freue mich, dass die Mitarbeiter von Slovak Telekom sich unserer gesellschaftlichen Verantwortung bewusst sind – denn eine Gesellschaft zeigt nicht nur durch ihre Strategie Verantwortung, sondern vor allem durch ihre Beschäftigten.“

Miroslav Majoros, Vorstandsvorsitzender

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Mit einem Marktanteil von 40,3 Prozent ist Slovak Telekom das führende Telekommunikationsunternehmen in der Slowakei, sowohl im Geschäfts- als auch im Privatkundenbereich.
Anzahl Kunden	2262000 Mobilfunk-Kunden 915000 Festnetz-Kunden
Anzahl Mitarbeiter	3312
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2000
Zertifizierung nach	ISO 14001 und OHSAS 18001
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.sk
Eigene CR-Berichte	Slovak Telekom veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. http://www.telekom.sk/english/corporate-responsibility/cr-report/

SPANIEN.

T-SYSTEMS IBERIA.

Unser CR-Highlight: Verkauf und Wiederverwendung elektrischer und elektronischer Geräte.

Seit 2012 verkauft T-Systems Iberia keine elektrischen und elektronischen Geräte mehr. Dadurch konnte der Umfang der elektrischen und elektronischen Abfälle reduziert werden. Im Jahr 2013 wurden beispielsweise 335 Laptops als Spenden an einen Lieferanten abgegeben, was einer Einsparung von 1 340 Kilogramm Abfall entspricht.

2012 begann T-Systems Iberia außerdem mit dem Verkauf von redundanten elektrischen und elektronischen Geräten aus ihren Rechenzentren an einen Lieferanten, der verpflichtet ist, geeignete Ersatzteile aus solchen Geräten bei der Wartung der Ausrüstung des Unternehmens einzusetzen. Dabei entnimmt der Lieferant reparaturfähige Ersatzteile aus der redundanten Ausrüstung, und das Unternehmen reduziert die Abfallmenge, die jährlich in den Rechenzentren erzeugt wird, um etwa 90 Prozent gegenüber früheren Jahren. So lassen sich Kosteneinsparungen bei Ersatzteilen, Lagerhaltung und Abfallmanagement realisieren.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Wir arbeiten weiterhin an einem umfassenden Programm, um Corporate Responsibility in unser Unternehmen einzubinden. CR trägt zur Verbesserung der Unternehmensführung bei und verbessert damit auch die Wahrnehmung des Unternehmens durch alle Stakeholder und die gesamte Gesellschaft. Wir sind davon überzeugt, dass CR die Wettbewerbsfähigkeit der spanischen Wirtschaft und ihr Entwicklungspotenzial stärken kann.“

Vor dem aktuellen Hintergrund und angesichts der Entwicklungen im Bereich Nachhaltigkeit in Spanien trägt die Verankerung von CR in den Managementstrukturen unseres Unternehmens zum Aufbau einer zukunftsfähigen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt bei. Andererseits ist schon das Kerngeschäft unseres Unternehmens ein Garant für unser Bekenntnis zur Nachhaltigkeit.

Es zeigt sich unter anderem in den Leistungen, die wir unseren Kunden bieten: Beispielsweise haben wir mehr als sieben Jahre Erfahrung im Bereich Cloud-Lösungen. Diese langjährige Erfahrung ist ein Beweis dafür, dass unser Engagement keine Modeerscheinung, sondern fest im Unternehmen verankert ist. Dieses Engagement besteht nicht erst seit Kurzem; es ist vielmehr das Ergebnis unseres Bewusstseins für Nachhaltigkeit, das wir seit beinahe zehn Jahren leben. In diesem Kontext spielt T-Systems Iberia eine wichtige Rolle bei der Förderung eines neuen Wirtschaftsmodells, das auf Innovation basiert und dadurch ein Teil der Lösung sein kann.“

Mr. Jose Manuel Desco,
Geschäftsführer T-Systems Iberia

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Iberia gehört zu den 10 besten IT-Dienstleistungsanbietern für Geschäftskunden auf dem spanischen ICT-Markt.
Anzahl der Kunden	700
Anzahl der Mitarbeiter	3 500 Mitarbeiter Ende 2013
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2100
Zertifizierung nach	ISO 14001 <input type="checkbox"/> und OHSAS 18001 <input type="checkbox"/>
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.es

TSCHECHISCHE REPUBLIK.

T-SYSTEMS CZECH REPUBLIC.

Unsere CR-Highlights: Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft.

T-Systems Czech Republic stellte im Berichtsjahr 145 generalüberholte PCs für Blinde, Gehörlose und Autisten, Rollstuhlfahrer, jugendliche Straftäter sowie verlassene Kinder zur Verfügung – gemäß dem langfristigen CR-Ziel des Konzerns „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“. Weitere 8 000 Euro wurden für verschiedene gemeinnützige Organisationen und Schulen aufgewendet, und die Organisation Ratolest Brno erhielt eine 15 Arbeitstage umfassende, unentgeltliche Marketingberatung. Ratolest Brno unterstützt Kinder, die in dysfunktionalen Familien aufwachsen. Darüber hinaus spendete T-Systems Czech Republic 25 PCs im Wert von 3 500 Euro an eine Gesamtschule in Mladá Boleslav.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum.

- „Nationaler CSR-Preis“ 2013, vergeben vom tschechischen Ministerium für Industrie und Handel und der staatlichen Organisation für Qualität

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„T-Systems ist einer der fünf größten Anbieter von professionellen ICT-Lösungen und Systemintegration auf dem tschechischen Markt. Aufgrund seiner langjährigen Erfahrung war das Unternehmen bereits mit den verschiedensten Geschäftspraktiken und den diversen Folgen von Fehlverhalten und unbedachten Aktivitäten auf diesem Markt konfrontiert.

Aus unserer Geschichte heraus haben wir zunehmend die Überzeugung gewonnen, dass faire Geschäftsbeziehungen, eine tadellose Informationspolitik gegenüber unseren Kunden und unser ökologisches Bewusstsein der einzig richtige Weg ist. T-Systems steht gleichzeitig für eine soziale Gruppe von Menschen, die ihre Umwelt, ihre Situation und ihre Anforderungen bewusst wahrnehmen. Aus diesem Grund sehen wir die Zusammenarbeit mit gesellschaftlichen Gruppen und ökologisches Engagement als logische Konsequenz für unser Unternehmen. Wir arbeiten daran, unser CR-Ziel „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ umzusetzen und unseren Mitarbeitern eine gute Work-Life-Balance zu ermöglichen.“

Ing. Lenka Kališová CSc.,
Vorstandsmitglied Finanzen und Controlling

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Mit den Schwerpunkten verarbeitende Industrie, Automobilindustrie, öffentlicher Sektor und Gesundheitswesen, Dienstleistungen, Verkehr und Logistik sowie Versorgungsunternehmen zählt T-Systems Czech Republic zu den Top 5 der ICT-Anbieter im Land.
Anzahl Kunden	Rund 1 000 Großkunden und öffentliche Einrichtungen
Anzahl Mitarbeiter	Rund 680
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2004
Zertifiziert nach	ISO 14001  und OHSAS 18001 
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.cz

TSCHECHISCHE REPUBLIK.

T-MOBILE CZECH REPUBLIC.

Unser CR-Highlight: Gründerprogramm unterstützt regionale Start-ups.

Das Gründerprogramm „Rozjezdy“, das 2011 von T-Mobile Czech Republic eingeführt wurde, bietet finanzielle Unterstützung, langfristige professionelle Beratung und Know-how für regionale Start-ups an. Seit 2013 richtet sich das Programm auch an Studenten, und die Landessieger im Berichtsjahr stammten aus dieser neuen Kategorie: Sportcentral.cz, ein soziales Netzwerk für sportlich interessierte Menschen. Die Auszeichnung ist mit fast 4 000 Euro dotiert. Außerdem wurde ein Sonderpreis von rund 1 800 Euro an das Recyclingprojekt „Vecizrecy.cz“ verliehen. Die in den regionalen Runden ausgewählten 65 Sieger erhielten jeweils eine finanzielle Zuwendung sowie kostenlose Tablets und Smartphones.

Das Gesamtziel des Gründerprogramms liegt darin, potenziellen Unternehmern zu helfen. Dabei handelt es sich häufig um Menschen aus Gebieten mit hoher Arbeitslosigkeit, Frauen im Erziehungsurlaub, ältere Arbeitslose oder Studenten mit innovativen Ideen. Zwei Jahre nach dem Start des Projekts sind 98 Prozent der unterstützten Start-ups nach wie vor im Geschäft. In den vergangenen drei Jahren hat T-Mobile durch „Rozjezdy“ mehr als 130 Geschäftskunden gewonnen, und das Programm hat auch dazu beigetragen, externe Innovationen in das Unternehmen zu tragen.

mit möglichst geringer Umweltbelastung. Wir sind überzeugt, dass unsere Expertise sowie unsere Produkte und Dienste das Potenzial haben, hier einen wesentlichen Beitrag zu leisten. Daher nehmen wir unseren langfristigen Einfluss auf die regionalen und globalen Märkte ernst. Wir sind überzeugt, dass die Verknüpfung unserer Geschäftsstrategie mit sozialen Anliegen für unser Unternehmen der richtige Weg ist.“

Martina Kemrová,
Leiterin Unternehmenskommunikation

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Czech Republic ist mit 41 Prozent Marktanteil der führende Mobilfunk-Anbieter in Tschechien.
Anzahl der Kunden	5 381 133
Anzahl der Mitarbeiter	2 644
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	1996
Zertifiziert nach	ISO 14001 
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.cz



Das Gründerprogramm bietet Jungunternehmern finanzielle Unterstützung sowie langfristige professionelle Beratung und Know-how. Das Projekt ist durch intensive Berichterstattung in den Medien in der gesamten tschechischen Republik bekannt.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Über das klassische Engagement im sozialen Bereich hinaus ist unsere Strategie darauf ausgerichtet, die Lebensqualität benachteiligter Menschen zu verbessern, allen Bürgern die Teilhabe an der Informationsgesellschaft zu ermöglichen, mobile Arbeitsformenn sowie den Austausch von Know-how zwischen Unternehmen und gemeinnützigen Organisationen zu fördern – und all dies

UNGARN.

MAGYAR TELEKOM.

Unser CR-Highlight: TeleBike in Ungarn.

Im Mai 2013 hat Magyar Telekom eine Fahrradvermietung per Selbstbedienung unter dem Namen TeleBike eingeführt. Mitarbeiter können Fahrräder an den Stationen kostenlos mieten und schneller und umweltfreundlicher zwischen den vier Standorten der Magyar Telekom und IT Services Hungary pendeln. Im Jahr 2013 fuhren 1 130 registrierte Benutzer 10 613 Kilometer mit dem Fahrrad und sparten so 2 585 Kilogramm CO₂-Emissionen ein. TeleBike hat den Wettbewerb „Cyclist-friendly Employer 2013“ des ungarischen Ministeriums für Nationale Entwicklung gewonnen.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum.

- Sieger des Wettbewerbs „Cyclist-friendly Employer 2013“ des ungarischen Ministeriums für Nationale Entwicklung
- Auszeichnung als „Familienfreundlicher Arbeitsplatz“ des ungarischen Staatssekretariats für Soziales und Familie im Ministerium für Humanressourcen
- Auszeichnung als „Behindertenfreundlicher Arbeitsplatz“ der Salva Vita Foundation
- Auszeichnung als eine der „Diverse Organizations Top Ten“
- 2014 wiederum im Nachhaltigkeitsindex (CEERIUS) gelistet
- Score „B-“ im Nachhaltigkeitsranking der oekom research 2014. Diese Kategorie bedeutet, dass Magyar Telekom für Investitionen empfohlen wird.
- „Corporate-Volunteer-Initiative des Jahres“ der Volunteer Center Foundation für das Telekom-Projekt „Mobile School“. Dort vermitteln Mitarbeiter der Telekom Kindern in Grundschulen den sicheren Umgang mit Internet und Mobiltelefon.

Warum ist die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung im lokalen Umfeld für uns so wichtig?



„Magyar Telekom spielt als eines der führenden Unternehmen der ICT-Branche in Mittel- und Osteuropa eine wichtige Rolle in der ungarischen Wirtschaft und Gesellschaft. Wir haben schon früh die Bedeutung der Nachhaltigkeit erkannt. Nachhaltigkeit ist auch weiterhin ein wichtiger strategischer Grundsatz für uns, der in unserem gesamten

Geschäftsablauf und in der Unternehmensführung verankert ist.

Magyar Telekom bietet als fortschrittliches Unternehmen innovative und nachhaltige Produkte an und bringt das Konzept der Nachhaltigkeit seinen Kunden und Partnern näher.

Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie für die Jahre 2011 bis 2015 soll Nachhaltigkeit Teil der Identität der Magyar Telekom werden. Zu diesem Zweck haben wir die folgenden Ziele formuliert: Wir wollen den Mitarbeitern und der Öffentlichkeit das Konzept der Nachhaltigkeit nahebringen, die Wahrnehmung der Magyar Telekom im Kontext der Nachhaltigkeit verbessern, gesellschaftliche und umweltrelevante Innovationen durchführen – die mit 10 Prozent des Forschungs- und Entwicklungsbudgets finanziert werden, die CO₂-Emissionen des Konzerns um 20 Prozent reduzieren, einen uneingeschränkt nachhaltigen Supply-Chain-Managementprozess einführen und den Anteil der nachhaltigen Dienstleistungen und Produkte im Gesamtportfolio erhöhen. Unsere Stakeholder werden über die Auswirkungen dieser Maßnahmen informiert.

Für die Koordinierung der Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie ist der Personalvorstand zuständig. Daher spielt die Personalstrategie der Magyar Telekom ebenfalls eine wichtige Rolle bei der Realisierung der Nachhaltigkeitsziele. Entsprechend hat die Einbeziehung von ethisch einwandfreiem Verhalten, Chancengleichheit, Diversity-Management und Umweltbewusstsein in die Prozesse, Systeme und Aktivitäten des Personalwesens oberste Priorität. Das Engagement der Magyar Telekom als verantwortungsvoller Arbeitgeber wurde von verschiedenen Foren anerkannt. Wir sind stolz auf die Auszeichnungen als behindertenfreundlicher und familienfreundlicher Arbeitgeber im Jahr 2013 sowie die Titel „Best Employer 2012“ und „Diverse Organizations Top Ten 2011“. Damit wird gewürdigt, dass wir zu den aktivsten verantwortungsbewussten Unternehmen im Bereich der Chancengleichheit gehören. Einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für das Geschäft der Magyar Telekom sind unsere Mitarbeiter. Im Tagesgeschäft setzt sich das Unternehmen engagiert, proaktiv und transparent dafür ein, Nachhaltigkeit zu einem Teil seiner Identität werden zu lassen.“

Éva Somorjai, Personalvorstand und Vorstand Nachhaltigkeit

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile

Magyar Telekom bietet Sprach-, Breitband- und TV-Dienste über Festnetz und Mobilnetze für Privatkunden, Small Office, Home Office (SOHO) sowie kleine und mittelständische Betriebe in Ungarn an. Unser gesamtes Energiegeschäft ist ebenfalls in dieses Segment integriert.

T-Systems Hungary bietet Festnetz-, Mobilfunk- und Systemintegrationsdienste (SI) sowie IT-Dienste für Firmenkunden und den öffentlichen Sektor an.

- Marktanteile Magyar Telekom:
- Datenprodukte: Blended-Retail-Breitband: 37,6 Prozent,
- Mobil: SIM 46,3 Prozent, Breitband: 45,2 Prozent

Anzahl Kunden

Magyar Telekom:

Sprachzugang insgesamt: 1 517 065
Retail-Breitbandkunden insgesamt: 850 747
TV-Kunden insgesamt: 887 716
Anzahl Mobilfunk-Kunden (RPC): 4 886 705

T-Systems Hungary:
Festnetz: Sprachdienste, Anschlüsse insgesamt: 167 754
Datenprodukte: Anzahl Kunden für mobiles Breitbandinternet: 132 737, Anzahl der Mobilfunk-Kunden (RPC): 515 701

Anzahl Mitarbeiter

11 324 (Magyar-Telekom-Gruppe)

Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit

2000

Zertifizierung nach

ISO 14001 und OHSAS 18001

Weitere Informationen im Internet

www.telekom.hu

Eigene CR-Berichte

Eine der Selbstverpflichtungen des Konzerns Magyar Telekom ist die Veröffentlichung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts. Berichte werden im Einklang mit den 2006 veröffentlichten GRI-G3-Richtlinien der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt. Somit entsprechen die Berichte den Grundsätzen der Transparenz und internationalen Vergleichbarkeit. Seit 2007 hat Magyar Telekom die internationalen Grundsätze jedes Jahr in vollem Umfang eingehalten. Für den Nachhaltigkeitsbericht 2012 wurden das sechste Mal in Folge die Grundsätze der Ebene A+ angewendet. 2013 wurde ein unabhängiger Assurance-Bericht nach den GRI-Kriterien erarbeitet und von PricewaterhouseCoopers gemäß der internationalen Norm ISAE 3000 bescheinigt. Weitere Informationen zur Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens finden sich in den Jahresberichten unter: [http://www.telekom.hu/society_and_environment/...](http://www.telekom.hu/society_and_environment/)

USA.

T-MOBILE USA.

Unser CR-Highlight: Corporate-Volunteering-Programm

„Huddle Up“.

„T-Mobile Huddle Up“, das landesweite Freiwilligenprogramm für Mitarbeiter von T-Mobile, machte 2013 gleich zu Beginn des achten Jahres der Veranstaltungsreihe Furore. Mitarbeiter aus allen Teilen des Landes kamen zusammen, um Jungen- und Mädchenclubs sowie Grundschulen zu unterstützen und damit die Mission des Programms umzusetzen: Kinder in ihrer Freizeit an positive Menschen, Orte und Initiativen heranzuführen.

Die Veranstaltungen fanden in 15 Bundesstaaten sowie am Hauptsitz von T-Mobile und MetroPCS statt. Mehr als 1 700 Mitarbeiter nahmen teil und absolvierten über 13 500 Stunden ehrenamtlicher Arbeit, die mehr als 10 000 Schülern zugutekam.

Philadelphia, Pennsylvania, organisierte zum ersten Mal eine „Huddle Up“-Veranstaltung, und MetroPCS nahm erstmals in Dallas und Los Angeles teil. Unser Vorstandsvorsitzender John Legere besuchte seine erste Veranstaltung in Seattle und leistete einen großzügigen persönlichen Beitrag zur Unterstützung unseres Partners, der Leschi Elementary School.

T-Mobile Huddle Up ist mehr als die Arbeit in lokalen Gemeinden. Das Programm bietet Teambildung, Vernetzung und Entwicklung der Führungseigenschaften für Mitarbeiter.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum.

- T-Mobile USA wurde vom Seattle Business Magazine als eines der 50 Unternehmen mit dem stärksten Umweltbewusstsein des Bundesstaats Washington genannt und vom King County als einer der besten Arbeitsplätze in Bezug auf Recycling & Abfallvermeidung aufgeführt.
- T-Mobile USA wurde Mitglied der Initiative „Business for Social Responsibility“ und der Global e-Sustainability Initiative (GeSI). Wir haben außerdem den Forest Stewardship Council® bei verschiedenen Projekten unterstützt.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile USA ist auf dem US-amerikanischen Markt und in Puerto Rico tätig. Mit 11 Prozent Marktanteil ist T-Mobile USA der viertgrößte Mobilfunk-Anbieter in den USA (bezogen auf Umsatz und Kundenzahl).
Anzahl Kunden	46 700 000
Anzahl Mitarbeiter	Mehr als 40 000
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	http://www.t-mobile.com

NETZE.



Bei WLAN TO GO teilen Telekom-Kunden ungenutzte Bandbreite ihres Internetanschlusses und erhalten kostenlosen Zugang zu mehr als 12 Millionen HotSpots weltweit.

WLAN TO GO

„Mit WLAN TO GO können Festnetz-Kunden der Telekom auch unterwegs einfach per WLAN im Internet surfen, in Deutschland und durch unsere Kooperation mit Fon sogar weltweit. Aktuell können „WLAN TO GO“-Kunden den Service in Deutschland an mehr als 40000 HotSpots und weltweit sogar an 12,6 Millionen HotSpots nutzen. Und das Schöne – durch den innovativen Community-Ansatz werden es minütlich mehr.“

Dirk Backofen, Senior Vice President Marketing Geschäftskunden

Ziel

Telekom-Kunden erhalten Zugang zu mehr als 12 Millionen HotSpots weltweit.

Umsetzung

Das Prinzip von WLAN TO GO: Telekom-Kunden mit einem IP-Anschluss und dem Speedport W 724V teilen ungenutzte Bandbreite ihres Anschlusses über ein zweites WLAN als HotSpot mit anderen und erhalten kostenlosen Zugang zu mehr als 12,6 Millionen WLAN-Spots weltweit. Die Telekom sorgt dabei für Datenschutz und Datensicherheit: Das heimische Netzwerk des Anschlussinhabers bleibt geschützt und ihm entsteht kein Haftungsrisiko für missbräuchliche Nutzung durch Dritte. Der Anschlussinhaber surft weiterhin mit Highspeed, da sein eigener Verkehr Priorität hat. Die Telekom kooperiert bei WLAN TO GO mit dem Partner Fon, der über den innovativen Community-Ansatz bereits ein weltweites WLAN-Netzwerk mit mehr als 12,6 Millionen HotSpots aufgebaut hat – und täglich werden es mehr.

Zusammen mit unseren Stakeholdern bestimmen wir jedes Jahr die Themen, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung wesentlich sind (Materiality-Prozess). Wie wir sie umsetzen, zeigt zum Beispiel WLAN TO GO. Eine Übersicht der zentralen Themen für den Bereich Netze ist im folgenden Diagramm dargestellt. Per Mausklick auf die Begriffe in der Grafik erfahren Sie mehr dazu.

Computer- und Internetsicherheit



NETZ- & INFRASTRUKTURAUSBAU.

Flächendeckende, schnelle und sichere Telekommunikationsnetze werden für immer mehr Menschen unverzichtbar. Sie erleichtern es ihnen, Arbeit und Leben miteinander zu verbinden, und sichern ihnen die gesellschaftliche Teilhabe. Außerdem sind sie von großem volkswirtschaftlichem Nutzen, da sie neue Geschäftsmodelle und Versorgungsleistungen sowie innovative Formen der Zusammenarbeit ermöglichen. Aus diesen Gründen bauen wir unsere Infrastruktur zügig weiter aus und erhöhen die Geschwindigkeit der Datenübertragung im Mobilfunk wie im Festnetz.

INTEGRIERTE NETZSTRATEGIE.

Laut einer Studie des US-amerikanischen Telefondienstleisters Cisco aus dem Jahr 2013 hat sich das Volumen der Daten in den ICT-Netzen weltweit in den fünf vorhergehenden Jahren vervierfacht und wird in den anschließenden fünf Jahren noch einmal um das Dreifache wachsen. Um dieses Volumen zu bewältigen, müssen die Netze zügig weiter ausgebaut werden. In Deutschland ist die Telekom seit Jahren der größte Investor in diesem Bereich und wird sich hier auch in Zukunft intensiv engagieren. So planen wir für den Zeitraum 2014 bis 2017 Investitionen in Höhe von 6,5 Milliarden Euro (ohne Instandhaltungskosten) für den Ausbau unserer deutschen Fest- und Mobilfunknetze.

Die Hauptziele unseres Netzausbaus heißen: Wachstum, Effizienz und Qualität. Mit unserer integrierten Netzausbaustrategie (INS) streben wir die beste Versorgung unserer Kunden an. Hierbei berücksichtigen wir zugleich die Wirtschaftlichkeit unserer Vorhaben. Außerdem unterstützen wir damit die Netzausbauziele der EU-Kommission und der Bundesregierung (Digitale Agenda und Breitbandstrategie).

Netzausbau auf vier Säulen.

Die INS der Telekom in Deutschland beruht auf den vier Säulen LTE, Glasfaser, VDSL-Vectoring und Hybrid Access. Neben dem weiteren Ausbau des LTE-Mobilfunknetzes bildet der Ausbau von Glasfaser bis hin zu den Verteilerkästen am Straßenrand (Fiber to the Curb, FTTC) in Verbindung mit VDSL-Vectoring kurz- und mittelfristig den Schwerpunkt der INS. Durch die neuartige Vectoring-Technologie kann die Telekom den Bandbreitenbedarf vieler Haushalte erfüllen. Durch die Einführung des integrierten Angebots Hybrid Access, einer Kombination aus LTE und Festnetz-Anschluss, werden ab 2015 die Bandbreiten noch einmal deutlich erhöht.

Für die Umsetzung unserer INS in Deutschland haben wir zwei Zielmarken definiert, die wir bis 2016 erreichen wollen: 85 Prozent der Bevölkerung sollen an ihrem Heimatort LTE nutzen können. Gleichzeitig soll der Ausbau des Glasfasernetzes so weit fortschreiten, dass wir imstande sind, rund 65 Prozent der Haushalte einen VDSL-Vectoring-Anschluss mit einer Bandbreite von bis zu 100 Mbit/s anzubieten.

Erneuerung und Vereinfachung der Netzarchitektur.

Wir wollen unser Netz schneller und effizienter machen. Deshalb ersetzen wir systematisch herkömmlichen Anlagen durch neue Technologien und vereinfachen unsere Netzarchitektur. Bis zum Jahr 2018 werden wir sämtliche nicht mehr benötigten, auf analoger Netztechnik beruhenden PSTN (Public Switched Telephone Network)-Plattformen abschalten und das gesamte Telefonnetz auf IP-basierte Anschlüsse umstellen. Durch die Zusammenführung (Konsolidierung) der verschiedenen Dienste auf einer einzigen IP-basierten Plattform werden wir die Energieeffizienz unseres Netzbetriebs erheblich steigern. Wir rechnen für das Festnetz der Telekom Deutschland ab 2020 mit Einsparungen von rund 50 Prozent CO₂ im Vergleich zu 2008. Gleichzeitig können wir beispielsweise durch den Einsatz von VDSL-Vectoring die Geschwindigkeit der Datenübertragung beschleunigen. So bietet diese Technik Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 100 Mbit/s. Vectoring ist jedoch mit einem zusätzlichen Energiebedarf verbunden. Insgesamt ist die Kombination von IP-Technologie mit VDSL-Vectoring aber deutlich energieeffizienter als die herkömmliche PSTN-Technik. Um die Energieeffizienz des VDSL-Vectoring zu steigern, erproben wir seit 2011 Steuerungslösungen für einen energiesparenden Betrieb unserer Anlagen in Zeiten mit geringem Datenverkehr. Die Telekom gehört auf dem Gebiet flexibler, energiesparender Netzsteuerung zu den Vorreitern und betreibt hierzu verschiedene Forschungsprojekte wie „ComGreen“.

Generell spielt in der Netzausbaustrategie die Vereinfachung der Netzarchitektur eine große Rolle, da sich so die Bandbreite erhöhen und neue innovative Services schnell realisieren lassen sowie in großem Umfang Energie einsparen lässt. Dies erreichen wir beispielsweise durch die Einführung eines Breitbandzugangsservers (englisch: „Broadband Network Gateway“ – BNG). Er übernimmt die Funktionen mehrerer herkömmlicher technischer Netzelemente. Indem wir diese abschalten, können wir den Energiebedarf des Netzes verringern und die Netzbewirtschaftung einfacher gestalten. Ein weiteres Beispiel ist die Zusammenlegung von Netzknoten im sogenannten IP-Backbone – dem technischen „Rückgrat“ zur Datenübertragung im Internet. Dies trägt unter anderem ebenfalls zu einer Verringerung des Energiebedarfs bei.

Ausblick: Neue Technologien für wachsende Bandbreiten.

Mit unseren Ausbaumaßnahmen zielen wir in erster Linie darauf ab, eine weiter steigende Nachfrage nach großen Bandbreiten auch künftig bedienen zu können. Wir erwarten, dass wir allein mit VDSL-Vectoring die Ansprüche von 90 Prozent unserer Kunden für die nächsten zehn Jahre erfüllen können. Weiterhin arbeiten wir laufend an der Entwicklung neuer Technologien mit deutlich höheren Bandbreiten. Außerdem verlegen wir bereits heute bei Tiefbauarbeiten vielerorts Leerrohre. Hierdurch sind wir gewappnet für weitere technologische Fortschritte, die das Verlegen neuer Kabel eventuell erforderlich machen.

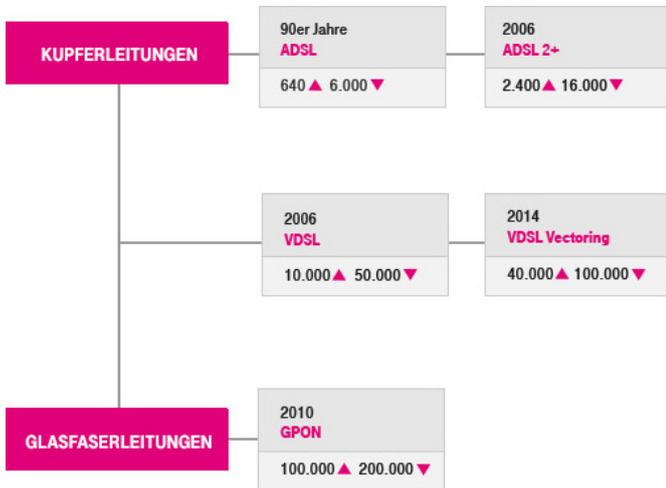
ÜBERBLICK: ZUGANGSTECHNOLOGIEN UND STAND DES NETZ-AUSBAUS IN DEUTSCHLAND.

Die Telekom arbeitet kontinuierlich an der Entwicklung neuer Zugangstechnologien für das Internet. Wir wollen den Menschen, unabhängig von ihrem Wohn- oder Arbeitsort, einen leistungsfähigen Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft bieten und neue Formen der Organisation und Wertschöpfung ermöglichen. So leisten wir einen wichtigen Beitrag zur volkswirtschaftlichen Entwicklung.

In der digitalen Gesellschaft teilen die Menschen immer häufiger ihre persönlichen Erlebnisse, indem sie Fotos, Videos, Audiodateien oder auch Software untereinander austauschen. Dabei wird der Upload beispielsweise in die Cloud zunehmend wichtig. Deshalb arbeiten wir daran, den Kunden unter anderem mit der Einführung der VDSL-Vectoring-Technik mehr Upload-Bandbreite bereitzustellen.

Mit unseren Innovationen sichern wir unsere Wettbewerbsfähigkeit und stellen uns der Herausforderung des stetig zunehmenden Datenverkehrs im Internet. Um diese auch künftig bewältigen zu können, arbeiten wir kontinuierlich an neuen Zugangstechnologien mit steigender Bandbreite wie LTE oder VDSL-Vectoring.

Die nachfolgende Grafik stellt die verschiedenen von der Telekom für den Internet-Zugang per Festnetz genutzten Technologien dar. Sie nennt das Jahr ihrer Einführung sowie die maximalen Upload- und Download-Geschwindigkeiten. Physische Grundlage sind Kupfer- oder Glasfaserleitungen. Vielfach wird auch ein Mix aus beiden Leitungstypen verwendet.

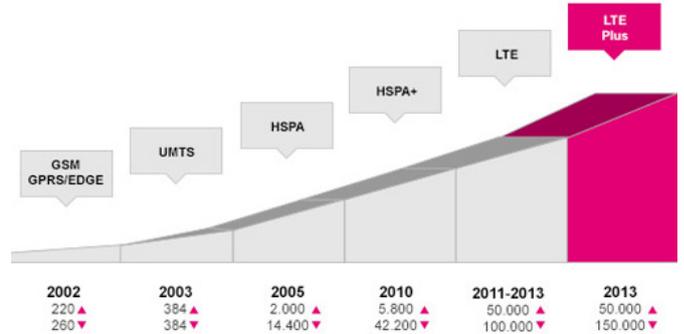


Anmerkung 1: Es handelt sich um eine vereinfachte Darstellung, die keinen Anspruch auf Vollständigkeit erhebt.

Anmerkung 2: Vor dem nach oben gerichteten Dreieck steht die höchstmögliche Upload-Geschwindigkeit, vor dem nach unten gerichteten die höchstmögliche Download-Geschwindigkeit; Angaben in kbit/s (Werte gerundet).

Anmerkung 3: Mit VDSL und VDSL-Vectoring ist VDSL2 und VDSL2-Vectoring gemeint.

Das mobile Internet ist innerhalb weniger Jahre durch verschiedene Zugangstechnologien sehr viel schneller geworden. Die folgende Grafik liefert eine Übersicht zur Entwicklung der Übertragungstechnologien und ihrer maximalen Übertragungsraten seit 2002.



Anmerkung: Vor dem nach oben gerichteten Dreieck steht die höchstmögliche Upload-Geschwindigkeit, vor dem nach unten gerichteten die höchstmögliche Download-Geschwindigkeit; Angaben in kbit/s (Werte gerundet).

FESTNETZ-AUSBAU.

Im gesamten Telekom-Konzern investieren die Landesgesellschaften in den Ausbau ihrer Festnetze, wie die folgenden Beispiele aus dem Berichtszeitraum zeigen. In Kroatien hat T-HT Hrvatski Telekom die Konzeptions- und Testphase für das FTTC-Netz mit VDSL-Technologie erfolgreich abgeschlossen und die Genehmigung der Regulierungsbehörde erhalten. Seit 2013 ist das Netz in Betrieb. Darüber hinaus erhält T-HT Hrvatski Telekom in zwei weiteren Bezirken staatliche Mittel für den Breitbandausbau in ländlichen Regionen. Insgesamt wurden in den Festnetz-Breitbandausbau 10 Millionen Euro investiert. Die slowakische Landesgesellschaft Slovak Telekom hat im Jahr 2013 rund 300.000 Haushalte mit VDSL-Technik versorgt. Auch OTE in Griechenland hat erheblich in den Ausbau ihrer Netze investiert: im Herbst 2013 wurden bereits über 1 Million Haushalte erreicht.

Magyar Telekom hat 2013 herkömmliche DSLAM-Ports durch sogenannte MSAN-Ports (Multi-Service Access Node) ersetzt, die mehrere Dienste auf einer Plattform integrieren. Die Zahl der MSAN-Ports in Ungarn wurde so um 106 Prozent mehr als verdoppelt. Ende des Jahres waren außerdem VDSL-Anschlüsse für 920.000 der insgesamt 3,4 Millionen ungarischen Haushalte verfügbar. Damit wurde im Berichtszeitraum eine Steigerung von 52 Prozent erzielt. Auch in Deutschland wird der Festnetz-Ausbau kontinuierlich fortgesetzt. Bei ADSL erreichten wir eine Bevölkerungsabdeckung von 98,1 und bei ADSL2+ von 69,4 Prozent. Ein VDSL-Anschluss ist inzwischen für 38,9 Prozent der deutschen Bevölkerung verfügbar.

KOOPERATIONEN FÜR DEN BREITBAND-AUSBAU.

Beim Ausbau des Glasfaser-Breitbandnetzes kooperiert die Telekom mit zahlreichen Kommunen. Auch 2013 setzte sie diese Zusammenarbeit im Rahmen von Ausschreibungen im Projekt „Mehr Breitband für Deutschland“ fort. Allein im Jahr 2013 haben wir 686 Kooperationen mit Gemeinden zum Breitbandausbau vereinbart und so mehr als 271.000 Haushalte eine Teilnahme am Breitbandnetz ermöglicht. Für das Jahr 2014 sind weitere Ausbaukooperationen in ähnlicher Größenordnung geplant.

Parallel zur Einrichtung von Glasfaseranschlüssen, die bis in die jeweilige Wohneinheit verlegt werden (FTTH), arbeiten wir auch am Ausbau des FTTC-Netzes (Glasfaser bis zum letzten Netzknoten in der Nachbarschaft des jeweiligen Hausanschlusses). In Verbindung mit VDSL-Vectoring ist auch mit FTTC ein schneller Breitbandanschluss möglich. Hierfür haben wir 2013 eine Reihe von Ausbaugebieten definiert. Unser Ziel ist es, möglichst vielen Menschen Breitbandinternet zu ermöglichen und gleichzeitig die Kosten für uns und unsere Kunden niedrig zu halten und Ressourcen zu schonen. Deshalb nutzen wir für den Ausbau, wo immer es möglich ist, sogenannte passive Infrastruktur. Dies können beispielsweise nicht genutzte Rohre, Glasfaserleitungen oder Verteiler anderer Unternehmen (zum Beispiel Stadtwerke oder überregionale Energieversorger) sein.

UMSTELLUNG AUF IP-TECHNOLOGIE.

Im Berichtszeitraum haben mehrere europäische Landesgesellschaften der Telekom die Umstellung auf IP weiter vorangetrieben. Durch VDSL-Vectoring lassen sich mit IP-basierten Anschlüssen Download-Geschwindigkeiten bis zu 100Mbit/s erreichen. Beim Upload sind bis zu 40Mbit/s möglich. Als erste Landesgesellschaft der Telekom in Europa hat die Makedonski Telekom Mazedonien alle 290000 Anschlüsse auf IP-Netztechnologie migriert. Die Migration wurde Ende 2013 nach nur 25 Monaten und mit Investitionen von 13 Millionen Euro abgeschlossen. Damit liefert Makedonski Telekom den Beweis, dass das Ziel der Deutschen Telekom, ihre Netze komplett auf IP-Technologie umzustellen, absolut realistisch ist.

Eine landesweite Kampagne zur Vermarktung IP-basierter Anschlüsse wurde in Deutschland 2013 gestartet. Anfang 2014 waren bereits über 2 Millionen Haushalte auf IP-Technologie umgestellt. Magyar Telekom in Ungarn verfolgt mit der IP-Migration mehrere Ziele: die Modernisierung des IP-Netzes, den Aufbau zusätzlicher Kapazitäten, die Vereinfachung des Betriebs und die Einführung neuer Dienste. Letztlich soll eine zukunftssichere, konvergente IP-Plattform für Festnetz und Mobilfunk aufgebaut werden, mit der auch der Energieverbrauch gesenkt wird. Zum Jahresende waren diese Projektziele bereits zu 46 Prozent umgesetzt (Vorjahr: 22 Prozent). In Polen steigerte T-Mobile 2013 die Zahl der IP-Knoten von 191 auf 920. Die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom stellt im Rahmen der IP-Transformation die Anschlüsse vom analogen auf den digitalen Betrieb um. Geplant ist, bis Ende 2015 sämtliche Kunden auf IP zu migrieren und alle 72 Ortsvermittlungen zu schließen. Deshalb nahm T-HT Hrvatski Telekom bereits im April 2013 in einem Pilotprojekt die Ortsvermittlung in Prečko außer Betrieb. Bis Ende des Jahres wurden zehn weitere Ortsvermittlungen erfolgreich geschlossen. So waren Ende 2013 schon 481 000 Kunden (38,5 Prozent des gesamten Kundenstamms) migriert – ein großer Schritt auf dem Weg zur Deaktivierung des analogen Netzes.

In Montenegro wird die Umstellung auf IP voraussichtlich 2015 abgeschlossen, in der Slowakei wird dies noch 2014 erreicht werden, in Ungarn im Jahr 2016.

FTTH: DIE DATENAUTOBAHN FÜR DIE LETZTE MEILE.

Glasfaser ist das schnellste Medium für die Datenübermittlung. Eines unserer Ziele ist es daher, eine große Zahl von Haushalten direkt an das Glasfaser-Hochgeschwindigkeitsnetz anzubinden.

Im Jahr 2013 stieg die Zahl der Städte mit FTTH-Netzauf insgesamt 25 an. In den neu hinzugekommenen Kommunen Bad Dürrenberg, Dresden, Ilmenau, Leipzig und Magdeburg erfolgte der Ausbau überwiegend auf Basis bereits vorhandener Glasfasertechnik. Deshalb war es dort nicht nötig, die sonst erforderlichen Schwellenwerte von 80 Prozent Eigentümerzustimmung und 10 Prozent Vorvermarktung einzuhalten. Die zusätzlichen Städte befinden sich seither in der Ausbau- beziehungsweise Bereitstellungsphase des FTTH-Netzes. Darüber hinaus sind Neubaugebiete beispielsweise in Stuttgart und Nürnberg nach einer Wirtschaftlichkeitsprüfung statt wie geplant per Kupfernetz mit einem Glasfasernetz angeschlossen worden.

Insgesamt wurden im Jahr 2013 deutschlandweit rund 3500 km neue Glasfaserleitungen verlegt und 478 neue Netzverteiler (die grauen Kästen am Straßenrand) errichtet. Für das Jahr 2014 ist der FTTH-Ausbau in weiteren Ausbaugebieten sowie bei Wohnungen der Deutschen Annington Immobilien SE (DAIG) geplant.

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN BEIM AUSBAU VON VDSL MIT VECTORING.

Mobile Arbeitsplätze, Multimedia-Anwendungen und hochwertige Dienstleistungen aus dem Netz steigern die Nachfrage nach höheren Bandbreiten kontinuierlich. Unser langfristiger Geschäftserfolg beruht darauf, diese durch neue Technologien wie VDSL-Vectoring zu bedienen. Im August 2013 erteilte die Bundesnetzagentur ihre Zustimmung für den Netzausbau mit der VDSL-Vectoring-Technik. Daraufhin begannen wir im November 2013 mit der Einrichtung vectoringfähiger VDSL-Anschlüsse. Bis Anfang Dezember des Jahres wurden bereits knapp 100 000 Haushalte und Gewerbeeinheiten in zwölf Ortsnetzen mit VDSL-Infrastruktur versorgt. Parallel starteten wir den Vertrieb der Anschlüsse. Bis April 2014 werden weitere 41 und bis Ende Mai 2014 nochmals drei Ortsnetze mit VDSL ausgestattet. In den angeschlossenen Ortsnetzen sind zunächst Übertragungsgeschwindigkeiten von maximal 50 Mbit/s möglich. Ab der zweiten Jahreshälfte 2014 wird das Tempo mithilfe der Vectoring-Technik im Download auf 100 Mbit/s verdoppelt und beim Heraufladen von 10 auf 40 Mbit/s vervierfacht.

Im Jahr 2014 werden bundesweit viele Ortsnetze eine VDSL-Infrastruktur mit Vectoring erhalten. Bis Mitte 2015 können wir so bereits über 4 Millionen Haushalten Übertragungsraten bis 100 Mbit/s anbieten. Bis Ende 2016 soll sich insgesamt die Zahl der VDSL-Anschlüsse auf 24 Millionen erhöhen.

DAS TERASTREAM-PILOTNETZ DER TELEKOM IN KROATIEN.

Das TeraStream-Pilotnetz der Telekom in Kroatien stellt einen wichtigen Schritt auf dem Weg zur generellen Versorgung mit 100-Gbit/s-Ethernet dar. Diese Übertragungsgeschwindigkeit ist nötig, damit die enormen Zuwächse im Datenverkehr bewältigt und gleichzeitig die Kosten minimiert werden können. Um aussagekräftige Daten für die Weiterentwicklung von TeraStream zur Marktreife zu gewinnen, müssen umfassende Pilotprojekte durchgeführt werden. Das seit 2012 laufende Projekt in Kroatien liefert die hierfür benötigten Informationen. 2013 testeten die Telekom und ihre kroatischen Partner erfolgreich eine herstellernerneutrale 100-Gbit/s-Glasfaser-Verbindung zwischen Routern von Cisco und Alcatel-Lucent in Split und dem 600 Kilometer entfernten Varaždin. Dabei werden erhebliche Energieeinsparungen im zweistelligen GWh-Bereich erwartet.

WLAN-SERVICES FÜR BREITBANDINTERNET UNTERWEGS.

Wir bauen unsere Netzinfrastruktur kontinuierlich aus und entwickeln auf dieser Basis neue Lösungen für unsere Kunden. Um ihnen unterwegs an vielen Standorten weltweit die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft zu erleichtern, bieten wir ihnen eine Reihe vorteilhafter Zugangsmöglichkeiten per WLAN-HotSpot.

Weltweit WLAN TO GO.

Seit Juni 2013 können unsere Kunden weltweit mehr als 12 Millionen Hotspots unseres Kooperationspartners Fon sowie alle Telekom HotSpots in Deutschland nutzen. Diesen Dienst kann jeder Kunde der Telekom, der über einen IP-basierten Internet-Anschluss sowie den Speedport W724V verfügt, kostenlos in Anspruch nehmen. Er stellt ungenutzte Bandbreite seines Anschlusses über ein zweites WLAN-Signal anderen als HotSpot zur Verfügung, selbstverständlich ohne Einschränkung der eigenen Surfgeschwindigkeit. Mehr als 12,6 Millionen DSL-Nutzer teilen weltweit bereits ihr WLAN. Die Telekom bietet ihnen dabei Datenschutz und Datensicherheit auf hohem Niveau: Das heimische Netzwerk des Anschlussinhabers bleibt geschützt und ihm entsteht keinerlei Haftungsrisiko.

HotSpot-Zugangsmöglichkeiten in Städten ausgebaut.

Im Pilotprojekt „HotSpot-City Hamburg“ hat die Telekom seit September 2013 auf eigene Kosten stark besuchte touristische Zentren der Stadt großflächig mit WLAN versorgt und so eine große, durchgängige HotSpot-Zone geschaffen. Die Zahl unserer WLAN-Zugangspunkte (Access Points) in Hamburg werden wir im Verlauf des Jahres 2014 von 500 noch weiter auf rund 700 erhöhen. Alle Nutzer, unabhängig davon, ob sie Telekom-Kunde sind oder nicht, können innerhalb der HotSpot-Zone täglich eine Stunde kostenfrei mit Geschwindigkeiten von bis zu 50 Mbit/s surfen. In unserer „T-City“ Friedrichshafen können sie seit Dezember 2013 an 21 Zugangspunkten ebenfalls jeden Tag bis zu eine Stunde gratis surfen. In Bonn ermöglicht die Telekom seit Januar 2014 Kunden bis zu 30 Minuten täglich kostenfreies WLAN an mehr als 150 HotSpots.

Die Telekom und die Deutsche Bahn bauen außerdem das WLAN-Netz an Bahnhöfen weiter aus. Auch hier können Nutzer pro Tag bis zu eine halbe Stunde gratis ins Internet. Im Jahr 2014 werden wir die Zahl der HotSpots an Bahnhöfen von 115 auf 120 erhöhen. Außerdem können unsere Kunden während der Fahrt in den ICEs der Deutschen Bahn auf einer Gesamtlänge von 5200 Schienenkilometern über unsere an Bord installierten HotSpots ins Internet gehen.

AUSBAU DER 2G/3G-NETZE.

Die Landesgesellschaften der Telekom in ganz Europa investieren erhebliche Mittel in den Ausbau ihrer 2G- und 3G-Netze, um eine möglichst große Abdeckung hinsichtlich der Bevölkerung sowie der Landesfläche zu erreichen. Ende 2013 ermöglichten wir in Deutschland 99,8 Prozent der Bevölkerung einen 2G-Mobilfunk per GSM plus EDGE und 90 Prozent einen 3G-Mobilfunk per UMTS beziehungsweise HSPA+. Zur gleichen Zeit erreichte Cosmote Romania mit ihren 2G-Mobilfunk-Diensten 99 Prozent der Bevölkerung und deckten 90 Prozent der Landesfläche ab. In Albanien investierte AMC im Jahr 2013 2,4 Millionen Euro in den Ausbau seines 2G-GSM-Netzes. Hierdurch konnten sie bis zum Ende des Berichtszeitraums bereits eine Bevölkerungsabdeckung von 97,4 Prozent erreichen. Darüber hinaus investierte die

Landesgesellschaft im Berichtszeitraum 2,5 Millionen Euro in den Ausbau ihres 3G-Netzes (UMTS/HSPA+). Damit stieg die 3G-Abdeckung von 93 Prozent der Bevölkerung auf 94,5 Prozent.

In Kroatien hat sich im Vergleich zum Vorjahr der Datenverkehr verdoppelt. Um diesen zu bewältigen, modernisierte T-HT Hrvatski Telekom das bestehende 2G-Netz durch den Austausch der Technik. Gleichzeitig richtete sie 3G-Standorte ein. Durch beide Maßnahmen konnte sie die Kapazität ihres Netzes erweitern. Zusätzlich führte sie 69 neue 2G-Dienste und 631 neue 3G-Dienste ein. Dadurch stieg die 3G-Versorgung der kroatischen Bevölkerung von 68 auf 77 Prozent, sodass Breitbanddienste auch in ländlichen Gegenden, entlang der Fernstraßen, in touristischen Zentren und auf den Inseln verfügbar wurden.

Ende 2013 konnte Cosmote Romania rund 79 Prozent der rumänischen Bevölkerung 3G-Breitbanddienste anbieten. Dadurch wurden in 248 Städten und über 3850 Ortschaften des Landes, also für rund 67 Prozent der Bevölkerung, Download-Geschwindigkeiten bis zu 43,2 Mbit/s möglich. Slovak Telekom installierte im Jahr 2013 HSPA+-Technologie in allen Basisstationen. Sie steigerte damit deren Bevölkerungsabdeckung von 70 auf 80 Prozent. Auch in Griechenland bauten OTE und Cosmote das 3G-Netz weiter aus und erreichten Ende 2013 eine nahezu flächendeckende Versorgung. T-Mobile Poland war ebenfalls in diesem Bereich aktiv: Sie dehnte im Berichtszeitraum die 3G-Versorgung per UMTS von 78 auf 92 Prozent der Bevölkerung aus. Die geografische Abdeckung stieg von 50 auf 81 Prozent. T-Mobile Austria bot ihren Kunden 2013 einen flächendeckenden 2G-Dienst an (99 Prozent) und dehnte die Bevölkerungsabdeckung bei 3G auf 94 Prozent aus.

ERHEBLICHE ERWEITERUNG DER LTE-NETZE.

Alle Landesgesellschaften des Konzerns Deutsche Telekom investierten 2013 stark in die Erweiterung der LTE-Netze. Nach Erreichen einer fast flächendeckenden 3G-Versorgung und der Einführung der LTE-Technik in Griechenland wurden OTE und Cosmote im April 2013 als „Internet-Anbieter des Jahres“ ausgezeichnet. Weniger als ein Jahr nach Beginn des LTE-Netzausbaus kann Cosmote bereits 55 Prozent der Bevölkerung das schnelle Mobilfunknetz anbieten. Insgesamt ist LTE in 30 Städten und über 100 Bezirken Griechenlands verfügbar. Damit hat das 4G-Netz von Cosmote im Vergleich zu anderen LTE-Netzen in Griechenland die doppelte Bevölkerungsabdeckung erreicht. Die Nachfrage ist groß: Der LTE-Datenverkehr hat sich in der zweiten Jahreshälfte 2013 verdreifacht.

Ähnlich wie Cosmote konnte auch T-Mobile Hungary im Jahr 2013 im Vergleich mit den beiden anderen Mobilfunk-Anbietern des Landes eine führende Position in der Bevölkerungsabdeckung mit LTE einnehmen. Bis zum Ende des Berichtszeitraums erreichte sie hierbei einen Wert von 37,99 Prozent. Mancherorts, beispielsweise in Budapest, ist das Angebot inzwischen flächendeckend (99 Prozent). Magyar Telekom setzt unterdessen den Ausbau durch Errichtung weiterer LTE-Basisstationen fort.

In Montenegro startete Crnogorski Telekom am 1. November 2013 den kommerziellen Betrieb von LTE. Ende des Jahres erreichte hier die Bevölkerungsabdeckung 38 Prozent. Im Jahr 2013 hat Crnogorski Telekom insgesamt 2,68 Millionen Euro in die Fest- und Breitbandnetze

investiert, davon allein 818000Euro in den LTE-Ausbau. Auch Slovak Telekom begann im Jahr 2013 mit der Einrichtung von LTE-Netzen. Bis Ende Februar 2014 waren 31 Städte beziehungsweise 24Prozent der Bevölkerung mit LTE versorgt.

In den Niederlanden wurde die Netzmodernisierung im Berichtszeitraum fortgeführt und die Abdeckung mit mobilen Internet- und Telefonie-Diensten erheblich gesteigert. Darüber hinaus führte T-Mobile Netherlands im November 2013 die LTE-Technik ein. Hier lag der Schwerpunkt zunächst auf einer flächendeckenden Versorgung der vier größten niederländischen Städte Amsterdam, Rotterdam, Den Haag und Utrecht. Dafür errichtete die Landesgesellschaft mehr als 1000 LTE1800-Basisstationen. Insgesamt wurden so bereits rund 30Prozent der niederländischen Bevölkerung mit LTE versorgt.

Bis Ende 2013 baute Cosmote Romania ihr LTE-Netz in der rumänischen Hauptstadt Bukarest bis zu einer Bevölkerungsabdeckung von 90Prozent aus. Darüber hinaus ermöglichte sie den Bürgern in 17 weiteren Städten landesweit die Nutzung von LTE. Auch T-Mobile USA trieb im Berichtszeitraum die Modernisierung ihres LTE-Netzes voran. Sie verbesserte die Netzabdeckung in den USA, tauschte das Frequenzspektrum mit anderen wichtigen US-Anbietern und führte landesweit LTE-Dienste ein. Bereits im Oktober 2013 hatte die Landesgesellschaft ihre Jahresziele in Bezug auf die LTE-Netzabdeckung übertroffen und erreichte mit LTE über 200Millionen Menschen in 254Ballungsgebieten. Die Kunden von MetroPCS nutzten bisher das CDMA-Verfahren zur Übertragung verschiedener Datenströme. Nach der Übernahme durch T-Mobile USA wurden sie in das HSPA+- und LTE-4G-Netz migriert. Der Zeitplan hierfür wurde bislang übertroffen, so dass die Migration voraussichtlich bereits Ende 2015 abgeschlossen werden kann. MetroPCS-Kunden mit kompatiblen Endgeräten können damit auf das schnellere Internet zugreifen.

Kunden von T-Mobile Macedonia haben jetzt in den meisten Stadtteilen von Scopje (darunter Centar, Karpos, Aerodrom und K. Voda) sowie in Mavrovo die Möglichkeit, auf das 4G-Netz zuzugreifen. Der Ausbauprozess schreitet voran, sodass künftig alle T-Mobile-Kunden in der Republik Mazedonien einen 4G-Zugang erhalten können. Bis Ende 2013 richtete T-HT Hrvatski Telekom in Kroatien 36LTE-Standorte ein. Damit wurde die LTE-Abdeckung innerhalb eines Jahres von 13 auf 23Prozent der Bevölkerung gesteigert. Mit dem zusätzlichen, im November 2013 erworbenen Frequenzspektrum aus der sogenannten digitalen Dividende erhielt die Landesgesellschaft strategische Ressourcen für den weiteren Breitbandausbau. Mit 25 Prozent erreichte auch T-Mobile Austria in Österreich eine ähnlich hohe Bevölkerungsabdeckung beim fortgesetzten Ausbau von LTE.

In Deutschland haben wir 2013 begonnen, unter dem Namen „LTE Plus“ verbesserte Leistungsmerkmale für das LTE-Netz zu vermarkten. Diese beruhen auf dem sogenannten CAT4-Standard, der die mögliche Datenübertragungsrate von 100 auf 150 Mbit/s im Download und auf bis zu 50 Mbit/s im Upload steigert. Die technischen Voraussetzungen für eine Nutzung von LTE Plus bestehen heute in allen mit LTE 1800MHz versorgten Regionen (Städte und Ballungszentren). Ende 2013 konnte LTE Plus in über 150 Städten des Landes genutzt werden. Nicht nur das Netz, sondern auch die Endgeräte müssen hierfür den CAT4-Standard unterstützen. Erste CAT4-fähige Endgeräte sind seit Oktober 2013 erhältlich.

„HYBRID ACCESS“ FESTNETZ PLUS LTE – ZUSAMMEN NOCH SCHNELLER.

Bereits seit 2011 übertragen wir in Deutschland mithilfe des FMS-Produkts (Fixed Mobile Substitution) „Call & Surf via Funk“ und der entsprechenden Hardware Telefonie über Festnetz und Daten über Funknetz. Vor allem in Gebieten, in denen wir über das Festnetz nur geringe Internet-Bandbreiten anbieten können, ist die ergänzende Datenübertragung über eine schnellere Mobilfunk-Verbindung von Vorteil.

Zwischen 2012 und Anfang 2014 entwickelten wir das FMS-Produkt zum „Hybrid Access“ weiter. „Hybrid Access“ schaltet bei intensiver Nutzung des Festnetzes automatisch LTE (Long Term Evolution) hinzu. Der Gewinn für den Kunden: Die Übertragungsgeschwindigkeiten beider Verbindungen summieren sich. Ein neuartiger Router verteilt hierbei den Datenstrom auf Fest- und Funknetz. Anfang 2014 wurde eine erste Version des Geräts fertiggestellt. Mit einem neu entwickelten zentralen Netzelement, dem seit Jahresbeginn verfügbaren HAAP (Hybrid Access Aggregation Point), führen wir die Signale wieder zusammen. Ab 2015 werden wir „Hybrid Access“ als Standardprodukt vermarkten.

MOBILFUNKNETZ IN DEUTSCHLAND AUSGEZEICHNET.

Im Jahr 2013 wurde das Netz der Telekom in den drei deutschen Mobilfunknetz-Tests der Fachzeitschriften „connect“ (Heft 1/2014) und „Computer Bild“ (Heft 23/2013) und des Fachportals „CHIP Online“ (Heft 10/2013) Testsieger. Darüber hinaus wählten uns die „connect“-Leser zum 14. Mal in Folge zum „Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres“ in Deutschland (Heft 7/2013).

Im „connect“-Netztest wurden wir in den Kategorien Sprachqualität, Netzabdeckung und schneller Verbindungsaufbau ausgezeichnet. „connect“ lobte darüber hinaus das gute Zusammenspiel der Netz-techniken LTE und UMTS, das hohe Geschwindigkeiten bei der Datenübertragung ermöglicht. „CHIP Online“ kam in diesem Punkt zu einem ähnlichen Ergebnis und stellte zudem fest, dass unser Netz beim mobilen Internet die höchsten Down- und Upload-Raten bietet. Das mobile Telefonieren werde durch die hohe Qualität des Netzes unterstützt. Das Portal ermittelte in dieser Rubrik eine hohe Zuverlässigkeit und stufte das Netz der Telekom zum vierten Mal in Folge als bestes ein. Auch der in diesem Jahr von „CHIP Online“ zum ersten Mal vergebene Titel „Bestes LTE-Netz“ ging an die Telekom.

Das Ergebnis des Netztests von „Computer Bild“ kam unter Einbeziehung von rund 83000 Lesern zustande. Diese trugen mithilfe einer Netztest-App mehr als 12 Millionen Messwerte zusammen. Das Ergebnis zeigte, dass unser Mobilfunknetz die schnellsten Download-Raten in 50 großen deutschen Städten besitzt. Teilweise wurde ein drei- bis sechsfach höheres Tempo im Vergleich zu getesteten Wettbewerbern ermittelt.

CYBER SECURITY.

Für eine nachhaltige Entwicklung der Gesellschaft ist es wichtig, dass die Menschen offen miteinander kommunizieren, Erfahrungen austauschen und Handel treiben können. Das Internet bietet hierfür eine ideale Plattform, vorausgesetzt, die Teilnehmer müssen sich keine Sorgen über einen Missbrauch ihrer Daten machen. Als führender ICT-Anbieter übernehmen wir Verantwortung, um einen unerlaubten Zugriff auf die Daten und Systeme unserer Nutzer zu verhindern und ihnen ein hohes Maß an Sicherheit zu gewähren. Hierfür arbeiten wir mit vielen Partnern national und international zusammen und entwickeln Standards für eine weltweite digitale Sicherheitskultur.

CYBERSECURITY.

Die Telekom tritt allen Formen von Cyberkriminalität entschlossen entgegen. Es ist uns ein zentrales Anliegen unsere Kunden vor Gefahren aus dem Netz zu warnen, sie zu schützen und ihnen zu helfen, wenn sie Opfer von Internet-Kriminalität wurden.

Eine bedeutende Rolle hierbei spielt das neue Geschäftsfeld „Cyber Security“, das im Juni 2013 seine Arbeit aufgenommen hat. In diesem Geschäftsfeld bündeln wir die Kompetenzen der Telekom, um Großkunden das gesamte Spektrum von Sicherheitslösungen anzubieten. Mit unserem erweiterten Sicherheitsportfolio schaffen wir die notwendigen Kapazitäten, um Cyberangriffe noch früher zu erkennen. Damit wird es uns in Zukunft noch besser gelingen, das Internet für alle unsere Kunden noch sicherer zu machen. Zum zweiten Mal haben wir 2013 zusammen mit der Münchener Sicherheitskonferenz ein Gipfeltreffen zwischen hochrangigen Politikern und Wirtschaftsvertretern, den „Cyber Security Summit“ ausgerichtet, um gemeinsam an Lösungen für eine künftige Sicherheitskultur zu arbeiten.

Kooperation im Dienste der Sicherheit.

Um die Internetsicherheit zu verbessern, kooperieren wir weltweit mit Forschungseinrichtungen, Industriepartnern, öffentlichen Institutionen wie dem Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) und anderen Internet-Dienstleistern. Als beispielsweise Anfang 2014 bekannt wurde, dass 20 Millionen Benutzernamen und Passwörter in die Hände von Online-Kriminellen geraten waren, unterstützten wir das BSI bei der Einrichtung einer Webseite. Dort konnten Internetnutzer überprüfen, ob sie betroffen sind. Wir programmierten die Webseite und stellten die notwendige IT-Infrastruktur kostenlos zur Verfügung.

Transparente Informationen über Risiken.

Die Telekom stellt Verbrauchern über verschiedene Kanäle ausführliche Informationen zum Thema Datenschutz und IT-Sicherheit zur Verfügung. Beispielsweise haben wir unter www.telekom.com/ratgeber auf unserer Homepage eine eigene Rubrik für Datenschutz aufgebaut. Hier informieren wir unter anderem über die aktuelle Bedrohungslage und speziell auch zu Möglichkeiten zum Schutz von Kindern und Jugendli-

chen im Netz. Wir geben außerdem ein mehr als 60 Seiten umfassendes ePaper mit Verbraucherinformationen zur sicheren Nutzung des Internet heraus. Bei Fragen rund um Datenschutz und IT-Sicherheit können sich interessierte oder besorgte Bürger unter der E-Mail-Adresse datenschutz@telekom.de auch direkt an uns wenden. Im Jahr 2013 hat der Konzerndatenschutz über diesen Kommunikationskanal 7 222 Anfragen beantwortet.

Ausführlich informieren wir unsere Kunden und Verbraucher auch mit unserem halbjährlichen Bericht zur „Sicherheit im Internet“ über Bedrohungen im Netz und geeignete Gegenmaßnahmen. Thema der Oktoberausgabe 2013 war unter anderem Trendbeobachtungen zu Angriffen von Cyberkriminellen. Auf der Internetseite www.telekom.com/sicherheit finden sich zusätzliche Informationen rund um das Themengebiet Cybersicherheit.

Schutz vor Angriffen ausgebaut.

Um kriminelle Angriffe zu erkennen und besser abwehren zu können, haben wir eine „Honigtopf“-Infrastruktur aufgebaut. Sie besteht aus fingierten Schwachstellen im Internet, mit denen wir Attacken provozieren. Was dem Angreifer dabei entgeht: Der „Honigtopf“ dient zugleich als Sensor, mit dem wir seine Vorgehensweise dokumentieren und analysieren. Wir bauen das Sensornetzwerk kontinuierlich aus und entwickeln dabei laufend neue Sensortypen, um den Cyberkriminellen stets einen Schritt voraus zu sein. Diese setzen wir in erster Linie bei unseren Landesgesellschaften ein, um einen besseren Überblick über die internationale Bedrohungslage zu erhalten. Ende 2013 betrieben wir insgesamt 180 aktive Sensoren („Honigtöpfe“). Einen Überblick über laufende Cyberangriffe in Echtzeit zeigt die Internetseite www.sicherheitstacho.eu.

SPITZENTREFFEN FÜR SICHERES INTERNET.

Computer- und Netzsicherheit ist ein Vorstandsthema für alle Unternehmen und betrifft heute sämtliche Branchen. Um die Sicherheit zu erhöhen, veranstaltet die Telekom zusammen mit der Münchener Sicherheitskonferenz seit 2012 jährlich ein Spitzentreffen, den „Cyber Security Summit“. Teilnehmer sind Sicherheitsexperten, Unternehmensvorstände und hochrangige Vertreter aus der Politik. Bei diesen Treffen tauschen wir uns mit ihnen über aktuelle Herausforderungen und Lösungsansätze aus. Gemeinsam diskutieren wir unter anderem darüber, wie die jeweilige Risikolage einzuschätzen ist, welche Maßnahmen zu ergreifen sind und welche sachlichen und personellen Ressourcen bereitgestellt werden sollten.

Der zweite Cyber Security Summit fand im November 2013 in Bonn statt. Aufgrund der aktuellen Spionagevorwürfe an ausländische Geheimdienste erweiterten wir die Agenda in diesem Jahr um Themen wie digitale Wirtschaftsspionage und Ausspähung durch Nachrichtendienste. Im Mittelpunkt standen außerdem die

- Sensibilisierung von Unternehmen, Behörden und privaten Nutzern für Fragen der Internet-Sicherheit,
- Intensivierung des Informationsaustauschs zwischen Unternehmen und Behörden sowie
- Entwicklung einer Sicherheits- und Wirtschaftspolitik, die den neuen Herausforderungen gerecht wird.

Wir waren uns mit vielen Teilnehmern darüber einig, dass mittelfristig internationale, auf Vertrauen, Transparenz und Kooperation beruhende Standards für den Umgang mit Daten im Internet notwendig sind. Ein entsprechendes Abkommen, das auch das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und den Schutz personenbezogener Daten mit einschließt, bildet unseres Erachtens die Grundlage für eine neue digitale Sicherheitskultur.

Der dritte Cyber Security Summit soll am 3. November 2014 in Bonn stattfinden.

MOBILFUNK UND GESUNDHEIT (EMF).

Um Mobilfunk-Technologie sicher nutzen zu können, muss überprüft werden, ob sich elektromagnetische Felder, wie sie der Mobilfunk verwendet, negativ auf Mensch oder Umwelt auswirken, und falls ja, wie sich dies vermeiden lässt. In den letzten Jahren wurde deshalb die Wirkung elektromagnetischer Felder gründlich untersucht. Die Ergebnisse bestätigen, dass die geltenden Grenzwerte für elektromagnetische Felder die sichere Nutzung des Mobilfunks gewährleisten. Mobilfunk-Technik und Wissenschaft entwickeln sich jedoch ständig weiter und werfen neue Fragen auf, die wissenschaftlich geklärt werden müssen. Die Telekom übernimmt Verantwortung dafür, dass diese Fragen beantwortet werden, und verpflichtet sich, neue Erkenntnisse mit Verbrauchern und interessierten Personen zu teilen und zu diskutieren.

MANAGEMENTANSATZ.

Wir sind davon überzeugt, dass die gesundheitlich unbedenkliche Anwendung der Mobilfunk-Technik durch die Einhaltung der geltenden Grenzwerte garantiert wird. Diese Überzeugung beruht auf den aktuellen Erkenntnissen unabhängiger nationaler und internationaler Expertengremien, die fortlaufend alle relevanten Studien und Forschungsergebnisse auswerten und die Sicherheitsstandards überprüfen.

Es ist unser Ziel, unsere Mobilfunk-Infrastruktur und unsere neuen Produkte sowie die zugrunde liegenden Prozesse so ressourceneffizient und umwelt- und gesundheitsverträglich wie möglich zu gestalten und weiterzuentwickeln. Wir haben uns deshalb zu einem verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit verpflichtet. In Deutschland liefert hierfür insbesondere die freiwillige Selbstverpflichtung der Mobilfunk-Betreiber sowie die Verbändevereinbarung mit den kommunalen Spitzenverbänden den Rahmen. Eine übergeordnete Rolle spielt unsere 2004 verabschiedete, konzernweit gültige EMF-Policy. Diese beinhaltet einheitliche Mindestanforderungen für den Bereich Mobilfunk und Gesundheit, die weit über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Mit ihr geben wir allen Mobilfunk-Landesgesellschaften einen verbindlichen Rahmen vor, um einen konzernweit einheitlichen, verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema „Mobilfunk und Gesundheit“ sicherzustellen. Sämtliche Landesgesellschaften haben die EMF-Policy formell anerkannt und die geforderten Maßnahmen mit Unterstützung der Konzernzentrale weitestgehend umgesetzt.

Mit der EMF-Policy verpflichten wir uns zu folgenden Maßnahmenpaketen:

Transparenz: Wir setzen uns für Offenheit in allen Belangen des Mobilfunks ein – insbesondere in Fragen des Gesundheitsschutzes, des Netzausbaus und im Umgang mit Standortkonflikten. Sämtliche relevanten Informationen über unsere Mobilfunk-Anlagen sind öffentlich, beispielsweise über Standortdatenbanken, zugänglich.

Information: Wir fördern die aktive Kommunikation in den Themenfeldern Technik, Sicherheit, Forschung und Gesundheit und klären, beispielsweise mithilfe von Verbraucherinformationen, über die SAR-Werte unserer Endgeräte auf. Dabei achten wir besonders auf die Verständlichkeit und fachliche Korrektheit der Verbraucherinformationen.

Partizipation: Beim Netzausbau setzen wir auf enge Zusammenarbeit und einen konstruktiven Dialog mit allen Beteiligten. Wichtig ist hierbei vor allem, Kommunen frühzeitig über unsere Pläne zu informieren und bei der Standortwahl einzubeziehen. Es ist unser Ziel, einvernehmliche Lösungen zu finden und tragfähige Kompromisse auszuhandeln. Wichtige Voraussetzungen hierfür sind ein fairer Umgang mit kritischen Argumenten und die Bereitschaft, aus Fehlern zu lernen.

Wissenschaftsförderung & Partnerschaft: Als wichtige Begleitmaßnahme zur Weiterentwicklung der Mobilfunk-Technik setzen wir uns aktiv mit Fragen der Forschung zu Mobilfunk und Gesundheit auseinander. Bei unseren Aktivitäten in Forschung und Wissenschaft orientieren wir uns an festgelegten Leitlinien: Diese verlangen zielgerichtete Forschungsförderung, fachliche Exzellenz, Transparenz, Objektivität und Verständlichkeit. Dabei verfolgen wir zwei Ansätze: Zum einen suchen unsere Experten den regelmäßigen Austausch mit wissenschaftlichen Institutionen und Forschern, um den aktuellen Forschungsstand zu ermitteln. Zum anderen finanzieren wir zielgerichtete unabhängige Forschung, um noch offene wissenschaftliche Fragen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit zu klären.

Die Umsetzung der EMF-Policy wird in regelmäßigen Abständen evaluiert. So führen wir quartalsweise Monitorings durch und werten diese systematisch aus. Die Ergebnisse nutzen wir, um einzelne Aspekte zu verbessern und gemeinsam in verschiedenen Arbeitsgruppen wie beispielsweise dem „EMF Core Team“ oder der „EMF Technical Working Group“ Lösungen zu erarbeiten.

AKTUELLER STAND VON DISKUSSION UND FORSCHUNG.

Im Fokus der aktuellen Forschung zu Mobilfunk und Gesundheit stehen biologische Wirkungen sehr schwacher, energiearmer elektromagnetischer Felder unterhalb der geltenden Grenzwerte, wie sie beispielsweise durch unsere Mobilfunk-Endgeräte verursacht werden. So wird untersucht, ob diese sehr schwachen elektromagnetischen Felder mögliche nicht-thermische Wirkungen haben könnten und beispielsweise Veränderungen der Hirnströme oder Befindlichkeitsstörungen hervorrufen können.

Die Existenz und gesundheitliche Relevanz der nicht-thermischen Wirkungen von EMF wird in der Wissenschaft kontrovers diskutiert. Verschiedene Expertengremien kommen basierend auf dem aktuellen

Forschungsstand zum Schluss, dass es trotz umfangreicher Forschungsarbeiten keine belastbaren Hinweise für gesundheitsrelevante nicht-thermische Wirkungen gibt. Dies bestätigen verschiedene Fachgremien und Behörden wie zum Beispiel das Bundesamt für Strahlenschutz (BfS) in seiner Broschüre „Forschung für sicheres Telefonieren“ aus dem Jahr 2013. Durch kritische Prüfung abgesicherte Grenzwerte und eine umfangreiche Forschungsliteratur zu dem Thema dokumentieren, dass die Wirkung elektromagnetischer Felder auf den Menschen in den letzten Jahrzehnten gründlich erforscht worden ist. Beispielsweise umfasst das EMF-Portal der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule (RWTH) Aachen hierzu fast 18000 wissenschaftliche Arbeiten.

Für die Deutsche Telekom ist die aktive Auseinandersetzung mit der Forschung zu Mobilfunk und Gesundheit eine zentrale Begleitmaßnahme zur Weiterentwicklung der Mobilfunk-Technik. Das Wissenschaftsengagement der Deutschen Telekom betrifft zwei Bereiche: Zum einen suchen unsere Experten den regelmäßigen Austausch zum Stand der Forschung mit wissenschaftlichen Institutionen und Forschern. Zum anderen fördert die Deutsche Telekom direkt und indirekt Forschungsprojekte, um die Klärung offener wissenschaftlicher Fragen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit voranzutreiben. Bei unseren Aktivitäten in Forschung und Wissenschaft orientieren wir uns an den in verschiedenen Leitlinien festgelegten Prinzipien: zielgerichtete Forschungsförderung, fachliche Exzellenz, Transparenz, Objektivität und Verständlichkeit.

EVALUATION DER EMF-POLICY UND UMSETZUNG VON VERBESSERUNGSVORSCHLÄGEN.

Die Ergebnisse des regelmäßigen Monitorings zeigen, dass in allen Handlungsfeldern weiterhin aktiv an der vollständigen Umsetzung der EMF-Policy gearbeitet wird. Auch in Kroatien und der EJR Mazedonien wurde die Policy im Berichtszeitraum vollständig implementiert.

Gleichzeitig ist darauf hinzuweisen, dass die EMF-Policy keinesfalls statisch ist, sondern Handlungsspielräume lässt. In diesem Rahmen streben auch die Landesgesellschaften, die die EMF-Policy bereits vollständig implementiert haben, stetig nach Verbesserung ihrer Maßnahmen. Hierbei spielt der Erfahrungsaustausch zwischen den Telekom-Landesgesellschaften, mit anderen Netzbetreibern sowie die Interaktion mit Verbänden, Verbrauchern, Politikern und der Wissenschaft eine zentrale Rolle.

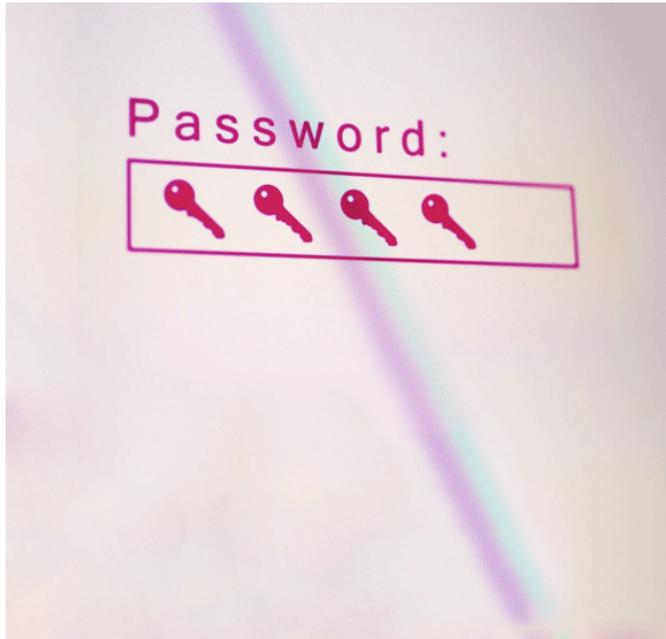
Auch 2014 verfolgen wir daher das primäre Ziel, die EMF Policy in jeder Landesgesellschaft lückenlos umzusetzen. Darüber hinaus sind wir bestrebt, bestehende Maßnahmen landesspezifisch weiter zu optimieren. Beispiele hierfür sind eine verbesserte Transparenz zu unseren Mobilfunkanlagen oder eine effizientere Interaktion mit Kommunen.

UMSETZUNG DER EMF-POLICY.

Die Telekom hat im Berichtszeitraum auf internationaler Ebene vielfältige Maßnahmen ergriffen, um ihre EMF-Policy umzusetzen. Einige Beispiele für diese Aktivitäten finden sich in der folgenden Tabelle:

Handlungsfelder	Landesgesellschaft	Beispiele für Aktivitäten im Berichtszeitraum
Transparenz Offenheit in allen Belangen des Mobilfunks	Deutsche Telekom Technik	<ul style="list-style-type: none"> Information und Diskussion über Messergebnisse zu Auswirkungen von LTE [] auf den menschlichen Körper in Kommunal-Workshops in sieben deutschen Städten mit 168 Teilnehmern aus Politik und Verwaltung insgesamt sehr gute Annahme des Formats
	Cosmote Greece	<ul style="list-style-type: none"> Erhöhung der Zahl der Messstationen mit Pedion24-System um zehn auf 210 Messungen im Sechsinuentakt, Ergebnisse auf www.pedion24.gr
	T-HT Hrvatski Telekom	<ul style="list-style-type: none"> EMF-Messungen an nahezu 1 000 Basisstationen durch vom Gesundheitsministerium autorisierte Labors zur Erteilung der Betriebserlaubnis
Information Verständliche und fachlich korrekte Informationen sind die grundlegende Voraussetzung für eine sachliche Auseinandersetzung	Cosmote Greece	<ul style="list-style-type: none"> Präsentation von Informationen zu EMF [] durch Telekom-Experten für ca. 500 Schüler
	T-HT Hrvatski Telekom	<ul style="list-style-type: none"> Verschiedene Vorträge für Mitarbeiter und 100 neue Kollegen als Multiplikatoren für Informationen zu EMF & Gesundheit
	Deutsche Telekom Technik	<ul style="list-style-type: none"> Online-Schulung von ca. 5 200 Shop-Mitarbeitern in der Vermittlung der Themen SAR [] sowie „Mobilfunk & Gesundheit“ bei der Kundenkommunikation Entwicklung und Bereitstellung neuer Print-Infos für Kunden (u.a. Faktenblätter zum Forschungsstand und Flyer zu EMF [] von Smartphones und WLAN)
Partizipation Enge Zusammenarbeit und konstruktiver Dialog mit Kommunen	Deutsche Telekom Technik	<ul style="list-style-type: none"> Schlichtung von elf Streitfällen mit Kommunen zu Antennenstandorten durch Klärungsstelle Teilnahme am „Runden Tisch Elektromagnetische Felder“ (RTEMF) im Mai und November 2013 drei Meetings mit kommunalen Spitzenverbänden für bessere Zusammenarbeit und Partizipation beim Netzausbau
Wissenschaftsförderung & Partnerschaft Forschungsförderung als Vorsorge	T-HT Hrvatski Telekom	<ul style="list-style-type: none"> Umweltministerium verifiziert positive Ergebnisse einer Studie zur Einhaltung gesetzlicher Grenzwerte an allen gemessenen 1 071 Antennenstandorten Start einer Studie zu gesetzlichen Grenzwerten bei LTE an Standorten mit verschiedenen Mobilfunk-Techniken
	Deutsche Telekom Technik	<ul style="list-style-type: none"> kontinuierliche Unterstützung (1.) von Forschungsprojekten in Zusammenarbeit mit dem Bundesumweltministerium und dem Bundesamt für Strahlenschutz sowie (2.) der MOBI-KIDS-Studie, (3.) der EMF-Datenbank des Forschungszentrums für Elektromagnetische Umweltverträglichkeit und (4.) des Wissenschaftsforums EMF

KUNDEN.



Mehr als 100 Datenschutzexperten stellen an den nationalen und internationalen Standorten der Telekom unser hohes Datenschutzniveau sicher.

AUSTAUSCH ZUM DATENSCHUTZ MIT LANDESGESELLSCHAFTEN

„Der Schutz von Kundendaten hat bei uns höchste Priorität. Deshalb ist es so wichtig, dass wir konzernweit ein gemeinsames Verständnis von Datenschutz haben und dasselbe hohe Niveau im Datenschutz sicherstellen.“

Dr. Claus-Dieter Ulmer, Konzernbeauftragter für den Datenschutz der Telekom

Ziel

konzernweit gemeinsames Verständnis für Datenschutz ausbauen

Erfolg

2013 wurden Gespräche unter anderem in China, Dänemark, Polen, der Slowakei, Tschechien und den Niederlanden geführt.

Umsetzung

Das Datenschutzniveau bei der Telekom ist hoch – das zeigen uns die jährlichen internationalen Audits im Umgang mit Datenschutz. Aber es gibt auch noch Lücken zu schließen. Dazu hat sich der Konzernbeauftragte für Datenschutz auf die Reise durch verschiedene Landesgesellschaften begeben. Ziel der Reise ist, das gemeinsame Verständnis für Datenschutz auszubauen.

Zusammen mit unseren Stakeholdern bestimmen wir jedes Jahr die Themen, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung wesentlich sind (Materiality-Prozess). Wie wir sie umsetzen, zeigt zum Beispiel unser Umgang mit dem Datenschutz. Eine Übersicht der zentralen Themen für den Bereich Kunden ist im folgenden Diagramm dargestellt. Per Mausklick auf die Begriffe in der Grafik erfahren Sie mehr dazu.



NACHHALTIGE PRODUKTE & DIENSTE.

Der technologische Fortschritt verändert unsere Welt. Zugleich eröffnet er neue Möglichkeiten, durch nachhaltiges Denken und Handeln Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourcenknappheit und Versorgung einer älter werdenden Gesellschaft zu begegnen. ICT spielt hierbei eine Schlüsselrolle: Wir bieten unseren Kunden attraktive Produkte und Dienste, die ihren Bedürfnissen entsprechen und ihnen einen klimaschonenden Konsum ermöglichen.

NACHHALTIGE INNOVATIONEN ERMÖGLICHEN.

Die Telekom hat die Vision, ein globaler Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden. Gleichzeitig streben wir auch in der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung eine führende Rolle in unserer Branche an. Hierfür betreiben wir umfangreiche Forschungs- und Entwicklungsarbeit auf vielen Ebenen unseres Konzerns. Eine herausragende Rolle spielen dabei die Telekom Innovation Laboratories (T-Labs), der zentrale Forschungs- und Innovationsbereich der Deutschen Telekom.

T-Labs: Forschung und Innovation auf hohem Niveau

Die T-Labs verstehen sich als Impulsgeber innerhalb unseres Unternehmens. Ihr Auftrag ist es, konzernweit die Entwicklung und Umsetzung innovativer Produkte, Dienste und Infrastrukturen zu unterstützen. In Bezug auf nachhaltige Innovationen nehmen die Wachstumsfelder „Smart Energy“, „Connected Car“ und „E-Health“ Schlüsselpositionen ein. Für jedes Wachstumsfeld wurden entsprechende Ziele definiert: Im Wachstumsfeld Smart Energy hat sich die Telekom zum Ziel gesetzt, den energiewirtschaftlichen Akteuren als bester Partner bei der Energiewende zur Seite zu stehen. Deren zentrale Herausforderungen bestehen darin, nachhaltige Energielösungen für Verbraucher und Wirtschaft zugleich bezahlbar und attraktiv zu gestalten. Damit wird die Energiewende zum größten ICT-Projekt unserer Zeit, an dem wir maßgeblich mitwirken wollen. Unseren Auftrag sehen wir zum Beispiel darin, für Smart Metering oder zum Abbilden energiewirtschaftlicher Prozesse IT-Plattformen zu entwickeln und aufzubauen, die in ihrer Größe fast beliebig ausgeweitet (skaliert) werden können. Im Konzerngeschäftsfeld Connected Car ist es das Ziel der Deutschen Telekom, weiterhin eine führende Rolle bei der Digitalisierung von Diensten und Geschäftsmodellen für die Branchen Automobilindustrie und Logistik zu spielen. Der Konzern vernetzt erfolgreich Service-Anbieter und Fahrzeuge über eine offene, standardisierte Betriebsplattform, die allen Partnern neue digitale Geschäftsmodelle ermöglicht. Die Deutsche Telekom ist damit ein unabhängiger Service-Anbieter für Fahrzeughersteller, Logistikunternehmen, Flottenbetreiber, Händler und Werkstätten sowie für Endverbraucher. Im Geschäftsfeld E-Health haben wir uns zum Ziel gesetzt, mit innovativen Service-Leistungen bester Partner der Gesundheitswirtschaft zu werden. Im Mittelpunkt steht dabei die intelligente Vernetzung zwischen Ärzten, Krankenkassen, Kliniken sowie anderen medizini-

schen und pflegerischen Einrichtungen und den Patienten. In den drei Wachstumsfeldern zusammengenommen soll bis zum Jahr 2015 rund eine Milliarde Euro Umsatz erwirtschaftet werden.

Konzernweit investiert die Deutsche Telekom große Summen in Innovation und Forschung. 2013 beliefen sich die direkten Investitionen auf 97 Millionen Euro. Über Partnerschaften und Unternehmensbeteiligungen stellten wir weitere Mittel für Entwicklungs- und Forschungstätigkeiten bereit. Ihr Umfang übersteigt die direkten Investitionen um ein Vielfaches. Dieser Ansatz entspricht der neuen Konzernstrategie der Telekom. Sie zielt bewusst auf die Bildung von Partnerschaften ab, unter anderem, um nachhaltige Produkte zu entwickeln und das Leben unserer Kunden nachhaltig zu bereichern.

Bei der Entwicklung unserer Produkte legen wir unsere verbindlichen Designrichtlinien („Design Principles“) zugrunde, die unter anderem auch allgemeine Nachhaltigkeitsanforderungen enthalten. Konkretisiert werden diese beispielsweise durch unsere Leitlinien für nachhaltiges Produktdesign und unsere Richtlinie für Endgeräteverpackungen. Mit ihnen stellen wir sicher, dass unsere Kunden ethisch und ökologisch hochwertige Produkte und Dienstleistungen von uns erhalten.

Beispielhaft für nachhaltige, kundenorientierte Lösungen sind unsere Cloud-Dienste. Sie ersparen den Nutzern den Betrieb eigener Hardware und helfen ihnen damit, Energieverbrauch und Kosten zu senken. Auch unsere Smart-Home-Lösung QIVICON bietet einen nachhaltigen Mehrwert. Haustechnik und elektrische Geräte lassen sich mit ihr einfach per Tablet-PC steuern. So hilft sie beispielsweise älteren Menschen, möglichst lange ein selbstbestimmtes Leben in den eigenen vier Wänden zu führen. Gleichzeitig kann sie zur Stabilität der Stromnetze beitragen, indem sie Hausgeräte mit großem Strombedarf wie Waschmaschinen oder Trockner erst bei geringer Auslastung des Netzes in Betrieb setzt. Ein weiteres Beispiel sind unsere DECT-Telefone der neuen Sinus-Serie, die wir seit 2013 mit dem Umweltsiegel Blauer Engel anbieten. So erleichtern wir unseren Kunden auch bei den Endgeräten eine bewusste Kaufentscheidung zugunsten von Umwelt- und Klimaschutz.

UNTERNEHMENSERFOLG DURCH NACHHALTIGE PRODUKTE UND LÖSUNGEN.

Für unsere Kunden werden Nachhaltigkeitsaspekte wie die Nutzerfreundlichkeit, Sicherheit und Zugänglichkeit von ICT-Diensten zunehmend wichtig. Nachhaltigkeit bedeutet außerdem effizientere Prozesse bei der Herstellung, der Verpackung und dem Transport der Produkte und damit einhergehend die Möglichkeit, Kosten zu senken. Darüber hinaus trägt die Nachhaltigkeit unserer Produkte und Lösungen dazu bei, uns das Vertrauen unserer Kunden und der Finanzwirtschaft zu sichern. Gleichzeitig heben wir uns so positiv vom Wettbewerb ab.

Dabei stehen wir vor der Herausforderung, alle Nachhaltigkeitsaspekte unserer Produkte und Lösungen entlang der gesamten Wertschöpfungskette – von der Produktion über organisatorische Prozesse bis hin zur Unterstützung unserer Kunden bei einem nachhaltigen Lebensstil – zu belegen. Zugleich gilt es, die Technologieentwicklung im Bereich Information und Kommunikation nachhaltig auszurichten. Hierbei übernehmen die T-Labs eine wichtige Rolle. Sie arbeiteten im Jahr 2013 unter anderem an folgenden Themen:

Verbesserter Schutz der Privatsphäre.

Gemeinsam mit der Mozilla Foundation entwickeln die T-Labs unter dem Motto „Future of Mobile Privacy“ Konzepte für den Schutz der Privatsphäre in der mobilen Kommunikation. Schwerpunkte des Projekts sind eine sicherere Verschlüsselung von E-Mails und die Möglichkeit zum anonymisierten Surfen. Spezielle Verfahren sollen den Nutzern dabei helfen, ihren aktuellen Standort nicht ungewollt preiszugeben.

Kostengünstige Cloud-Nutzung.

In dem Projekt „Tresor“ entwickeln die T-Labs mit mehreren Kooperationspartnern ein sogenanntes Cloud-Ökosystem. Dabei handelt es sich um einen Marktplatz für Cloud-Services, bei dem ein „Cloud Broker“ den Nutzern Ressourcen wie Software-Systeme zuweist. Eines der Ziele des Projekts ist es, die Zusammenarbeit zwischen unterschiedlichen Anbietern und deren Anwendungen untereinander zu optimieren und die damit verbundenen Kosten für die Unternehmen zu senken.

Neue Mobilfunk-Generation „5G“.

Wir erwarten, dass bis 2020 mit „5G“ die fünfte Generation von Mobilfunk-Technologien herangereift sein wird. Diese Entwicklung wollen wir von Anfang an mitgestalten. Deshalb engagieren sich die T-Labs in dem 2013 gestarteten großen europäischen Forschungsprojekt „METIS“ (Mobile and wireless communications Enablers for the Twenty-twenty (2020) Information Society). Zum Projektstart entwickelten die METIS-Partner Szenarios für einen künftigen 5G-Mobilfunk-Standard: 5G wird beispielsweise „ultrahohe“ Geschwindigkeiten ermöglichen, auch an Orten mit hoher Nutzerdichte, zum Beispiel innerhalb von Stadtzentren. Das zu bewältigende Datenvolumen wird um das Tausendfache höher sein als heute. Zugleich gilt es, die Kosten und den Energieverbrauch der neuen Technik auf dem heutigen Stand zu halten.

INNOVATIONEN AUS DEN WACHSTUMSFELDERN.

Die Telekom will nicht nur auf dem neuesten Stand der Technik sein, sondern zukünftige Entwicklungen vorwegnehmen und mitprägen. Daher investieren wir in umfassende Forschungs- und Entwicklungsarbeit – insbesondere in unserer zentralen Forschungseinrichtung, den T-Labs. Zusätzlich engagieren wir uns bei der Finanzierung von Lehrstühlen und in Kooperation mit Universitäten für die Entwicklung zukunftsweisender Ideen.

Mit der Entwicklung intelligenter Lösungen in den Bereichen Energie, Automobile und Gesundheit hat die Telekom in den letzten Jahren neue Geschäftsfelder erschlossen. Diese tragen auf verschiedene Weise zu mehr Effizienz und Komfort sowie zu einer Senkung des Ressourcenverbrauchs bei. So führen wir verschiedene Projekte im Bereich intelligente Zähler (Smart Metering) und intelligente Steuerung von Energieflüssen (Smart Grid) durch, die auch bei schwankender Energieerzeugung die Spannung im Netz stabil halten sollen. Hierzu werden beispielsweise Millionen Zähler in Echtzeit ausgelesen und entsprechende Datenmengen verwaltet sowie Hausgeräte verschiedener Hersteller über eine gemeinsame Plattform automatisch an- und abgeschaltet. In unserem Wachstumfeld vernetztes Fahrzeug entwickeln wir Lösungen, die einen effizienteren Fahrzeugeinsatz ermöglichen – von cloudbasierten Echtzeitdiensten für das Flottenmanagement bis zur Machine-to-Machine-Kommunikation von Erntemaschinen. In unserem dritten Wachstumfeld, „E-Health“, erleichtern wir die Arbeit des medizinischen Personals und ermöglichen insbesondere chronisch kranken Patienten und Menschen in medizinisch wenig versorgten Gebieten eine größere Selbstständigkeit. Unsere Dienste reichen vom mobilen Zugriff auf die elektronische Patientenakte über die sichere Ferndiagnose und -behandlung bis zur sekundenschnellen Übermittlung von Laborbefunden.

SMART ENERGY.

Der Einsatz von Wind- und Solarenergie stellt die Energieversorger vor große Herausforderungen, da dieser die Stromnetze stark belasten kann: Wind und Sonneneinstrahlung unterliegen natürlichen Schwankungen; die Spannung im Netz muss hingegen stabil bleiben, um Stromausfälle zu vermeiden. Zusätzlich produzieren immer mehr private Haushalte selbst Strom, etwa mit kleinen Blockheizkraftwerken. Sie können die schwankende Spannung im Netz ausgleichen, wenn es gelingt, die dezentrale Erzeugung mit dem Verbrauch im Gleichgewicht zu halten. Hierfür müssen die Energieflüsse mithilfe moderner ICT intelligent gesteuert werden. Es bedarf also eines „intelligenten“ Stromnetzes (Smart Grid).

Damit ein Smart Grid funktioniert, ist die Verarbeitung von Millionen von Daten in Echtzeit notwendig, die darüber Aufschluss geben, wann und wo wie viel Strom gebraucht und produziert wird. Intelligente Zähler, sogenannte Smart Meter, schaffen die dafür nötige Transparenz. Künftig sollen in Deutschland deshalb Millionen von Smart Metern Echtzeitda-

ten über den Verbrauch und die Erzeugung von Strom in deutschen Haushalten und Unternehmen liefern.

Kompetenz für große Datenmengen.

Das Auslesen von Millionen Zählern und die Verwaltung der Daten für das neue „smarte“ Stromnetz (Smart Grid) ist allerdings eine große Herausforderung. Mit dem Projekt „Big Data“ haben wir uns ihr gestellt und gezeigt, dass wir derartige Datenmengen bewältigen können. Im Berichtszeitraum führten wir hierzu einen erfolgreichen Stresstest durch. Dazu verarbeiteten wir in unserem Innovation Center München Werte aus 50 Millionen simulierten Stromzählern in einem von T-Systems entwickelten Datenverarbeitungssystem. Bei einem 15-minütigen Abfragetakt kamen so täglich fast 5 Milliarden Datensätze zusammen.

QIVICON – Leben im Smart Home als Teil der Lösung.

Ein wichtiger Baustein eines Smart Grid ist das intelligent vernetzte Zuhause (Smart Home). Es kann zur Stabilität der Netze beitragen, indem es Hausgeräte flexibel an- und ausschaltet. Zugleich kann es in Zukunft für den Verbraucher die Kosten senken, indem es zum Beispiel Geschirrspüler erst dann aktiviert, wenn das Energieangebot groß und der Strompreis niedrig ist. Die Stromversorger arbeiten an „smarten“ flexiblen Tarifmodellen und die Telekom entwickelt mit QIVICON eine branchenübergreifende Smart-Home-Lösung.

Ein Smart Home kann seinen Bewohnern auf vielerlei Weise das Leben leichter machen: Bequem und weitestgehend automatisch überwacht es alle Funktionen von der Haus- und Sicherheitstechnik bis zur Unterhaltungselektronik. Die Herausforderung hierbei: Derzeit stammen elektronische Geräte im Haushalt meist von vielen verschiedenen Herstellern. Eine umfassende Smart-Home-Lösung sollte möglichst viele von ihnen einbeziehen. Mit QIVICON hat die Telekom deshalb eine Allianz führender Industrieunternehmen in Deutschland initiiert. Mehr als 30 Partnerunternehmen und Marken beteiligen sich daran mit dem Ziel, herstellerübergreifende Lösungen für Kunden zu entwickeln. QIVICON ist eine Wortschöpfung aus dem chinesischen „Qi“ für Energie, angelehnt an das französische „vie“ für leben und das englische „connect“ für verbinden. Der Gedanke dahinter: Vernetztes Leben im energieeffizienten Smart Home.

QIVICON ist technisch gesehen eine kleine handliche Box, die mit den Geräten im Haushalt kommunizieren kann und diese untereinander vernetzt. Sie lässt sich via Internet steuern und ist seit Herbst 2013 erhältlich. Mit QIVICON kann der Nutzer von jedem internetfähigen Computer, Smartphone oder Tablet über entsprechende Apps oder das Internet-Portal alle angeschlossenen Hausgeräte bedienen und überwachen. Ganze Gerätegruppen wie Heizung, Licht, Fenster oder Türen können synchron bedient oder verschiedene Funktionen miteinander kombiniert werden. So kann beispielsweise die Heizung automatisch herun-

tergeregelt werden, sobald ein Fenster geöffnet wird. Auch eine Kommunikation mit dem Energieversorger ist möglich, um den Energieverbrauch abhängig vom Angebot im Stromnetz zu regeln.

Daten in sicheren Händen.

Datenschutzrechtliche Bedenken wurden frühzeitig beim QIVICON-Projekt design berücksichtigt. So haben wir die Vorgaben vom Bundesamt für Informationssicherheit (BSI) in unserer Lösung umgesetzt. Außerdem erheben und übermitteln wir nur die zur Smart-Home-Steuerung tatsächlich nötigen Daten.

MACHINE2MACHINE KOMMUNIKATION ÜBER DIE CONNECTED CAR PLATTFORM.

Die Telekom unterstützt die Hightech-Initiative „Industrie 4.0“ der Bundesregierung, die zum Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit des Technologiestandorts Deutschland beitragen soll. Industrie 4.0 bedeutet, dass intelligente Maschinen untereinander kommunizieren, dabei Arbeitsprozesse ohne menschliches Zutun abstimmen und verbessern und so ihre Bediener entlasten. In einem Pilotprojekt mit dem Landtechnikhersteller Claas testete die Telekom 2013 in diesem Rahmen ein Verfahren zur effizienteren Gestaltung von Ernteprozessen durch intelligente Machine-to-Machine-Kommunikation (M2M-Breitbandkommunikation). In der Praxis bedeutete dies beispielsweise, dass Mähdrescher und Traktoren mit Dutzenden von Sensoren ausgestattet werden, die über LTE-Funktechnik der Telekom miteinander verbunden sind und im Sekundentakt Daten versenden. So kann der Mähdrescher automatisch einen Traktor mit Anhänger anfordern, sobald sein Korntank einen kritischen Füllstand erreicht. Der Traktorfahrer wird auf dem kürzesten Weg zum weiterhin arbeitenden Mähdrescher navigiert. Das Getreide kann anschließend im laufenden Betrieb auf den Anhänger entladen werden. Die neue Technologie spart also unter anderem Zeit, Kraftstoff und damit CO₂. Der Dienst wird über die cloudbasierte Business2Car-Plattform der Telekom angeboten.

Auch außerhalb der „Industrie 4.0“-Initiative entwickelte die Telekom im Berichtszeitraum neue Produkte, die auf der Cloud-Plattform des Konzerngeschäftsfelds Connected Car bereitgestellt werden. Beispielsweise ergeben sich durch die Verbindung des Bordcomputers im Auto mit dem Internet viele neue Möglichkeiten: So können Autofahrer ihre Social-Media-Inhalte von unterwegs nutzen, Mails abrufen oder während der Fahrt Internet-Radio hören. Dies entspricht dem wachsenden Bedürfnis nach ständigem Zugang zu Information und Kommunikation. Seit Juni 2013 ist jeder neue Mercedes, der mit einem Bordcomputer und dem Multimediasystem „COMAND Online“ von Daimler ausgestattet ist, über die cloudbasierte „Business2Car“-Telematikplattform der Telekom vernetzt. Über dieses System kann der Fahrer sämtliche Online-Dienste und seine Mercedes-Benz-Apps weltweit nutzen. Es erlaubt ihm beispielsweise, seine Routen mithilfe von Informationen über das Wetter und aktuelle Verkehrsdaten so zu gestalten, dass er möglichst störungsfrei und mit entsprechend geringem Spritverbrauch unterwegs ist. Unser Ziel ist es, die Plattform zu einem Industriestandard für alle Autohersteller auszubauen.

INTELLIGENTE VERNETZUNG IM AUTOMOBILBEREICH: CONNECTED CAR.

Die Telekom entwickelt innovative Lösungen für eine intelligente Vernetzung im Automobilbereich. Dazu arbeitet sie eng mit der Automobilindustrie zusammen. Das Konzerngeschäftsfeld „Vernetztes Fahrzeug“ der Deutschen Telekom konzentrierte sich im Berichtszeitraum auf die

folgenden Märkte: Auto- und Lkw-Hersteller, Gebrauchtwagen, Logistikunternehmen, Dienstleister für den Individualverkehr wie Versicherungen und den ADAC sowie Flottenbetreiber. In diesem Rahmen wurden zahlreiche Produkte entwickelt und weiterentwickelt. Beispielsweise erprobte die Telekom 2011 im Rahmen des „Pay as You Pollute“-Projekts gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ), wie sich der CO₂-Ausstoß in städtischen Ballungsräumen reduzieren lässt. Die dabei entwickelten Lösungen wurden in der Zwischenzeit nach Deutschland übergeben und hier zu Markt- und Vertriebsreife gebracht. So auch die App „Efficient Fleet Management“ für Smartphone oder Tablet, die seit 2013 angeboten wird. Diese zeigt jeweils die aktuellen Standortkoordinaten des Fahrzeugs an und errechnet während der Fahrt in Echtzeit die entstehenden Verbräuche und Emissionen. Fahrer und Disponent können so jederzeit sehen, wie sich die aktuelle Fahrweise auf den Spritverbrauch auswirkt. Durch die App lassen sich zahlreiche Verbesserungen bei der Warendisposition und der Streckenführung, aber auch beim individuellen Fahrstil erzielen. Darüber hinaus werden die gesetzlichen Vorgaben zur Emissionsmessung und -auswertung erfüllt. Die Anwendung hat den Vorteil, dass zu ihrer Nutzung keine technische Ausrüstung im Fahrzeug notwendig ist und sie daher auch in älteren Flotten eingesetzt werden kann. Im Rahmen eines Pilotversuchs in China konnte unser Kooperationspartner DB Schenker 2013 bereits Energieeinsparungen von bis zu 15 Prozent erreichen.

Verspätungsalarm für Dienstleister.

Eine weitere innovative Anwendung ist die App „Arrival Control“ (deutsch: Kontrolle der Ankunftszeit). Mit ihrer Hilfe werden Informationen über den Zeitpunkt einer Produktlieferung oder die Ankunft eines Dienstleisters fast in Echtzeit für den Kunden dargestellt. Steht beispielsweise der Monteur unerwartet im Stau oder verpasst den geplanten Bus, wird die neue Ankunftszeit automatisch errechnet und mitgeteilt. In Unternehmen lässt sich die App in vorhandene Dispositions- und Logistiksysteme integrieren. Handels- und Logistikunternehmen oder auch Handwerker können damit ihren Service verbessern und unnötige Fahrten vermeiden.

Automatische Fahrzeugdiagnose.

Seit 2013 erprobt T-Systems ein Modul zur automatischen Fahrzeugdiagnose, das über eine Steckverbindung an den Bordcomputer angeschlossen wird. Dieses Modul überwacht laufend den aktuellen Fahrzeugstatus, beispielsweise die Füllstände von Öl und Batterie. Mindestens einmal täglich werden die Informationen an eine Smartphone-App des Fahrers und von dort aus über eine Cloud-Plattform der Deutschen Telekom zur Service-Werkstatt gesendet. Werkstattbetreiber und Fahrer wissen somit immer genau, wann eine Inspektion oder Reparatur fällig ist. Ab dem zweiten Quartal 2014 wird die Telekom Händlern und Werkstätten in Deutschland die Lösung anbieten.

Intelligente Elektromobilität gefördert.

Cosmote beteiligte sich an dem Forschungsprojekt „ECOGEM“ (Cooperative Advanced Driver Assistance System for Green Cars – Gemeinsames fortschrittliches Fahrerassistenzsystem für umweltfreundliche Autos), das Anfang 2013 abgeschlossen und von der EU im Zuge des 7. Rahmenprogramms finanziert wurde. Im Rahmen des Projekts sollte ein Fahrerassistenzsystem (ADAS – Advanced Driver Assistance System) ausschließlich für Elektrofahrzeuge entworfen und entwickelt werden. Im Anschluss an ECOGEM wurde im Oktober 2012 das Projekt

„EMERALD“ (Energy ManagEment and RechArging for efficient eLEctric car Driving – Energiemanagement und Aufladen für effizientes Fahren von Elektroautos) ins Leben gerufen. Dieses Projekt konzentriert sich auf eine Optimierung des Energieverbrauchs und auf die nahtlose Integration von Elektroautos in die Transport- und Energieinfrastruktur. Erreicht werden diese Ziele durch eine gegenüber dem bisherigen Stand der Technik deutliche Verbesserung des im Fahrzeug integrierten Energiemanagements sowie durch die effektive Integration in das Stromnetz, durch gemeinschaftliche Transportinfrastrukturen sowie Flottenmanagement- und Planungssysteme. Im Rahmen des Projekts EMERALD trägt Cosmote unter anderem dazu bei, den Anforderungen von Anwendern und Systemen und den technischen Spezifikationen zu entsprechen. Cosmote unterstützt außerdem die Test- und Bewertungsphasen, die Aktivitäten zur Verbreitung des Systems und die Untersuchung der Frage, ob sich die Lösung wirtschaftlich nutzen lässt.

E-HEALTH.

Durch die Vernetzung von Dienstleistungen können im Gesundheitsbereich zahlreiche Verbesserungen erzielt werden. Telemedizinische Assistenzsysteme tragen dazu bei, Kosten zu senken, und bieten Patienten, Angehörigen und medizinischem Personal ein breites Spektrum an Arbeitserleichterungen beziehungsweise Hilfen bei der Alltagsgestaltung.

Einige Beispiele:

Förderprojekt „Fontane“: Veränderungen im Gesundheitszustand bei Patienten mit chronischen Erkrankungen vollziehen sich oft schleichend und werden daher von Patienten und Angehörigen häufig nicht rechtzeitig bemerkt. Moderne Technik bietet hier mehr Sicherheit: So kann durch ein tägliches Monitoring von Vitaldaten via Telemedizin beispielsweise bei Risikopatienten mit chronischer Herzschwäche die Anzahl der Krankenhausbehandlungen reduziert und die Mortalität gesenkt werden. Im Rahmen des vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Projekts „Gesundheitsregion der Zukunft Nordbrandenburg – Fontane“ erprobt T-Systems derzeit ein telemedizinisches System für Hochrisikopatienten mit chronischer Herzinsuffizienz. Kooperationspartner sind unter anderem die Charité Universitätsmedizin Berlin und der Medizinproduktehersteller GETEMED. Mit 1500 Studienteilnehmern ist Fontane eines der weltweit größten Telemedizinprojekte für diese Patientengruppe. Alle 750 Patienten in der Interventionsgruppe messen selbst täglich Blutdruck und Gewicht und leiten ein EKG ab. Anschließend senden sie die Werte digital an das Zentrum für kardiovaskuläre Telemedizin der Charité, wo sie von Ärzten ausgewertet werden. Auffälligkeiten können somit von den medizinischen Fachkräften früh erkannt werden und der behandelnde Arzt kann die Therapie idealerweise vor dem Auftreten von schweren Komplikationen anpassen. Ein weiterer Vorteil des Verfahrens ist die aktive Einbindung der Patienten in das Monitoring. Durch das tägliche Datenmessen werden die Patienten und eventuell auch ihre Angehörigen aktiv in die therapeutische Behandlung einbezogen. Sie fühlen sich so der Krankheit weniger ausgeliefert und in ihrem Alltag besser abgesichert. T-Systems stellt für das Projekt eine hochsichere Datenübertragung, -verarbeitung und -speicherung bereit. Außerdem hat das Unternehmen das technische Gesamtkonzept sowie die elektronische Patientenakte entwickelt.

ePalliativ: Auch in der Palliativversorgung kann ICT einen wichtigen Beitrag für die Betreuung von schwerstkranken Patienten leisten. Seit

2007 haben Versicherte den gesetzlichen Anspruch, sich in ihrer letzten Lebensphase in der gewohnten häuslichen Umgebung versorgen zu lassen. Dies ist eine wichtige Voraussetzung, um die Lebensqualität und Selbstbestimmung am Lebensende zu verbessern. Die Umsetzung der „spezialisierten ambulanten Palliativversorgung“ (SAPV) ist jedoch eine logistische und koordinatorische Herausforderung, denn es arbeiten unter anderem Teams aus Hausärzten, Pflegekräften, Palliativärzten und Seelsorgern eng zusammen. Gemeinsam mit den Lahn-Dill-Kliniken und dem IT-Unternehmen Portavita testet die Telekom daher seit 2012 die elektronische Patientenakte „ePalliativ“, bei der die gesamte Patientendokumentation strukturiert, sicher und übersichtlich online zusammengeführt wird. Alle am Behandlungsprozess Beteiligten sind somit jederzeit via Tablet-PC auf dem neuesten Informationsstand und können sämtliche relevanten Patientendaten ortsunabhängig einsehen und einpflegen. Seit März 2013 werden zudem die Ergebnisse einer zwölfmonatigen Begleitforschung in Form eines Vorher-nachher-Vergleichs kontinuierlich veröffentlicht. Bereits jetzt hat sich bestätigt, dass die elektronische Palliativakte den bürokratischen Aufwand reduziert, die Koordination und Kommunikation erleichtert, Abläufe im Versorgungsprozess beschleunigen kann und den Leistungserbringern damit mehr Zeit für den unmittelbaren Patientenkontakt bleibt.

Monitoring für Diabetes-Typ-2-Patienten: Im März 2013 startete die Telekom mit dem Livebetrieb des Monitoringportals, eines plattformbasierten Unterstützungssystems für Patienten mit chronischen Erkrankungen. Dieses wird zunächst für Diabetes-Typ-2-Risikopatienten angeboten, die bei der Central Krankenversicherung AG versichert sind. Mithilfe von Schrittzähler, Blutzuckermessgerät und Smartphone können sie ihre Vitalparameter erfassen und überwachen. Über den Internet-Zugang werden die gemessenen Daten automatisch in einem Online-Tagebuch synchronisiert. Anschließend werden die Patienten telefonisch zur Umstellung auf einen gesünderen und aktiveren Lebensstil beraten, um Folgeschäden des Diabetes vorzubeugen.

Gesundheitskampagne in Montenegro: Ab Juni 2013 beteiligte sich Crnogorski Telekom drei Monate lang an einer Kampagne des montenegrinischen Gesundheitsministeriums zu Gesundheitsschutz und Prävention. In diesem Rahmen hat das Ministerium mehr als 13000 Bürger über Vorsorgeuntersuchungen informiert. Die Botschaften der Kampagne wurden aufgezeichnet und über das interaktive Sprachdialogsystem des Unternehmens verbreitet. Außerdem wurden Kunden per SMS informiert. Die Sprach- und Textmitteilungen enthielten die Telefonnummer des nächstgelegenen Gesundheitszentrums, das solche Untersuchungen anbietet.

Mobile Gesundheitsdienste: In einem einjährigen Projekt entwickelt Magyar Telekom seit März 2013 eine Gesundheitsplattform, auf der verschiedene mobile Gesundheitsdienste für ambulante Patienten angeboten werden. Mithilfe dieser Plattform können sich Patienten mit Smartphone oder Tablet problemlos anmelden und auf eine ärztliche Untersuchung vorbereiten. Das Mobilgerät sendet Informationen über die Untersuchung, übermittelt die verfügbaren Daten und Unterlagen des Patienten und ermöglicht den Zugriff auf personenbezogene Informationen zu Krankheiten, Medikamenten und gesundem Lebensstil. Das Projekt wird von der ungarischen Regierung unterstützt, von der Nationalen Entwicklungsagentur verwaltet und vom Fonds für Forschung und technologische Innovationen finanziert.

NACHHALTIGE ICT-LÖSUNGEN.

Mit einem wachsenden Angebot an nachhaltigen Produkten und innovativen ICT-Lösungen unterstützt die Deutsche Telekom Millionen von Privat- und Geschäftskunden dabei, ihren Energieverbrauch zu senken und CO₂-Emissionen zu vermeiden. Seit mehreren Jahren bieten wir beispielsweise Dienste zur Dematerialisierung von Geschäftsabläufen wie RechnungOnline, die Digitalisierung von Arbeitsabläufen oder Cloud Computing an. Dies zählt auf unser CR-Handlungsfeld „Klimafreundliche Gesellschaft“ ein. Gleichzeitig ist es unser Ziel, möglichst vielen Menschen die Chance zu geben, an der Informationsgesellschaft teilzuhaben und die damit verbundenen Möglichkeiten zu nutzen. Menschen mit altersbedingten und körperlichen Einschränkungen beispielsweise erleichtern wir den Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln. Wir entwickeln hierzu 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.

CLOUD COMPUTING.

Cloud Computing ist häufig ressourcen- und energieeffizienter als der Betrieb von ICT-Prozessen außerhalb der „Wolke“. Unsere Kunden können mithilfe von Cloud-Diensten ihre Computerprogramme und andere IT-Prozesse in unsere Rechenzentren auslagern, um diese dann von dort als IT-Service zu beziehen und damit eigene Kapazitäten abzubauen. In den (Cloud-)Rechenzentren wird für vergleichbare Dienste aufgrund der besseren Auslastung wesentlich weniger Hardware benötigt. Auch der Energieverbrauch wird durch den effizienteren Betrieb der Infrastruktur unter anderem bei der Kühlung deutlich geringer.

Mit dem Produkt „Cloud Integration Center“ (ehemals: „Enterprise Marketplace“) bieten wir seit 2014 speziell für Großunternehmen standardisierte Cloud-Lösungen an. Die Unternehmen können von dort je nach Bedarf Cloud-Services, zum Beispiel Anwendungen oder Infrastruktur, beziehen. Außerdem unterstützt das Cloud Integration Center Lösungen, bei denen Anwendungen von externen unabhängigen Software-Herstellern über die Telekom-Cloud zur Verfügung gestellt werden (Shared Software as a Service – SaaS). Ein Beispiel hierfür ist eine Komplettlösung zum Nachhaltigkeitsmanagement, die von T-Systems seit November 2013 gemeinsam mit dem Software-Haus WeSustain vermarktet wird und künftig auch im Cloud Integration Center zur Verfügung steht und von dort bezogen werden kann. Diese Lösung führt Daten und Informationen zu allen Nachhaltigkeitsaktivitäten eines Unternehmens zusammen und verarbeitet diese unter Berücksichtigung höchster Sicherheitsanforderungen. Unternehmen können damit alle ihre Maßnahmen in diesem Bereich steuern und, beispielsweise in einem CR-Bericht, kommunizieren.

In Kroatien hat T-HT Hrvatski Telekom auch im vergangenen Berichtsjahr neue Dienste für Cloud Computing eingeführt (zum Beispiel Cloud Call Center, Water Consumption Control), mit denen Hardware und Energieverbrauch reduziert werden können. Beispielsweise ermöglicht der neue Dienst Water Consumption Control (WCC), der von T-HT Hrvatski Telekom in Zusammenarbeit mit Rudan LLC entwickelt wurde, die Kostenkontrolle durch die Bereitstellung von Daten zum Wasserverbrauch, die überall und jederzeit abgerufen werden können. Das WCC-Gerät wird am Wasserzähler des Verbrauchers angeschlossen, und die Wasserverbrauchsdaten sind über PC oder Mobiltelefon mit Internet-Verbindung abrufbar. Der Dienst wendet sich an gewerbliche Anwender, die große Mengen Wasser verbrauchen und den Wasserverbrauch an verschiedenen Standorten überwachen oder einen unerwarteten Wasserschaden und die damit verbundenen Kosten vermeiden möchten. WCC bietet verschiedene zeitbasierte Überwachungsfunktionen. Lecks werden erkannt und der Nutzer wird per E-Mail oder SMS informiert, wenn der Wasserverbrauch plötzlich steigt.

Multinationale Konzerne schätzen unsere Cloud-Lösungen insbesondere wegen der von uns beachteten hohen deutschen Sicherheitsstandards. Die Cloud-Dienste von T-Systems werden daher global stark nachgefragt.

Cloud-Partnerschaften.

Im Rahmen von Partnerschaften hat T-Systems unter anderem Cloud-Dienste für Behörden entwickelt. Auch hierbei spielt die Datensicherheit eine große Rolle. Im November 2013 schloss Rheinland-Pfalz als erstes Bundesland mit T-Systems eine strategische Partnerschaft für Cloud-Dienstleistungen über eine Laufzeit von zwei Jahren ab. Dabei ist sichergestellt, dass die Daten stets innerhalb Deutschlands bleiben und ein hohes Maß an Datenschutz und Sicherheit geboten wird. Die von T-Systems betriebene Cloud-Infrastruktur erlaubt dem Bundesland, selbst bei kurzfristig stark erhöhter Nachfrage nach den Diensten flexibel zu reagieren, ohne dafür in zusätzliche IT investieren zu müssen.

T-Systems kooperiert außerdem mit der Arbeitsgemeinschaft „Informationstechnologie im Deutschen Anwaltverein“ (DAV IT). Seit Juni 2013 bieten die Partner allen Anwälten und Notaren in Deutschland ein sicheres Dokumentenmanagement aus der Cloud an. Mit der Cloud-Lösung können die Nutzer Dokumente elektronisch im Netz erstellen, bearbeiten und archivieren sowie nahezu beliebig viele digitale Akten anlegen.

Geprüfte Sicherheit und prämierte Arbeitsplatzlösungen.

Im August 2013 erhielt der „Business Marketplace“ der Telekom das Siegel „Geprüfte Cloud-Sicherheit“ des TÜV Saarland. Die Prüfer untersuchten alle Cloud-Services auf Aspekte wie Bedienerfreundlichkeit, Datenschutz und Datensicherheit. Im November 2013 wurde T-Systems

mit seinem Cloud-basierten Dienst „Future Workplace“ im ersten Quadranten einer Studie des Analystenhauses Gartner positioniert. Die Analysten verglichen 18 auf dem europäischen Markt vertretene Dienstleister und bezeichneten T-Systems daraufhin als „einen der führenden Anbieter von Endnutzer-Services“. Auch hierbei floss unter anderem die hohe Sicherheit der Cloud in die Bewertung ein. Die Nutzer von Future Workplace können ihren Arbeitsplatz jederzeit flexibel auf die jeweiligen Erfordernisse zuschneiden und über beliebige internetfähige Endgeräte wie PC oder Smartphone standortunabhängig mit denselben Anwendungen, Oberflächen und Dateien arbeiten.

SHOPPING COMPASS STÄRKT LOKALEN HANDEL.

Mit der im Dezember 2013 gestarteten App ShoppingCompass möchte die Telekom den regionalen Handel durch den Einsatz moderner ICT stärken. Die kostenlose App gibt den Nutzern eine Übersicht darüber, in welchen Fachgeschäften in ihrer Nähe ein gewünschtes Produkt verfügbar ist. Anders als beim Online-Kauf können die Produkte im Einzelhandel begutachtet und sofort mitgenommen werden. Diesen Vorteil können die stationären Händler mit der App ausbauen und sich so gegenüber der Online-Konkurrenz positionieren. Dies stärkt die lokale Wirtschaft und trägt zum Erhalt von Arbeitsplätzen und einem vielfältigen Produktangebot in der Region bei. Bis Ende 2013 waren bereits mehr als 3000 Filialen großer Handelsunternehmen deutschlandweit im ShoppingCompass integriert. Im Laufe dieses Jahres werden nach und nach weitere sowie auch kleinere Geschäfte eingebunden.

IMMER MEHR NACHHALTIGE TELEFONE IN DEN PRODUKT-PORTFOLIOS.

Die Landesgesellschaften des Telekom-Konzerns bieten ihren Kunden Produkte mit nachhaltigen Leistungsmerkmalen an. In Griechenland brachte Cosmote im Oktober 2013 zum Beispiel das Smartphone LG G2 mit SiO+-Akkus auf den Markt. Mit der SiO+-Technik lässt sich bei einem Akku normaler Größe eine Leistungssteigerung um 6 Prozent erreichen, sodass weniger Energie verbraucht wird. Darüber hinaus sind alle seit März 2013 von Cosmote auf den Markt gebrachten HTC-Telefone – das HTC One, HTC Desire 300, das HTC Desire 500 sowie das HTC One mini – in Kartons aus Recyclingmaterialien verpackt.

Als erster großer Hersteller bietet Samsung Smartphones mit TCO-Zertifizierung an. 2013 nahm Magyar Telekom das Samsung Galaxy 4 als erstes Smartphone mit Nachhaltigkeitszertifikat in ihr Portfolio auf.

LEITUNG DES EUROPÄISCHEN FORSCHUNGSPROJEKTS „LIVECITY“.

Seit April 2012 ist OTE als Projektkoordinator für das europäische Forschungsprojekt „LiveCity“ tätig. Mit diesem Projekt sollen durch den Einsatz von Video-zu-Video-Kommunikation (v2v) bessere Lebensstandards in den Bereichen Bildung, Gesundheit, Kulturbewusstsein und kommunale Dienstleistungen ermöglicht werden. Im Rahmen der breiter angelegten EU-Strategie für Innovation umfasst LiveCity die Errichtung eines leitungsgestützten sowie auf der drahtlosen 4G-Technik beruhenden Netzwerks, das Städte miteinander verbindet. Gleichzeitig ist es ein Test zur Integration von Technologie, die mehr als 2750 Anwendern in fünf europäischen Städten – Dublin, Luxemburg, Athen, Greifswald und Valladolid (seit 31.12.13) – erweiterte Dienstleistungen bietet. Weiterhin engagiert sich OTE im Rahmen des Projekts unter

anderem bei der Koordination und Beaufsichtigung aller Anwendungsfälle in den bereitgestellten Pilotprojekten. OTE hat ausgewählte Standorte und zwei Schulen im Athener Stadtteil Vrilissia mit dem OTE-Museum für Telekommunikation verbunden. So sind die Menschen stets über die aktuellsten kulturellen Aktivitäten und Bildungsangebote des Museums informiert. Schüler können außerdem interaktiv an Programmen des Museums teilnehmen. Seit Ende 2013 wurden direkte v2v-Verbindungen zwischen dem OTE-Museum und zehn Schulen im irischen Dublin eingerichtet, um die Bildungsangebote des OTE-Museums einem noch breiteren Publikum zugänglich zu machen. Darüber hinaus bietet OTE eine Infrastruktur, die Anwendungsfälle aus dem Bereich E-Health unterstützt. Hierbei wird das Universitätsklinikum Attikon mit ausgewählten Patienten aus der Region Attica verbunden, sodass eine Teleüberwachung dieser Patienten möglich wird.

Das Projekt LiveCity wird auch 2014 fortgeführt. Derzeit wird eine dauerhafte Verbindung zum P&T Museum in Luxemburg eingerichtet, die kulturelle Inhalte bewerben und deren Austausch fördern sowie zu verschiedenen gemeinsamen kulturellen Aktivitäten und Bildungsprojekten anregen soll.

INTELLIGENTE VERKEHRLÖSUNGEN FÜR DIE SMART CITY.

Laut UNO lebten im Jahr 2011 insgesamt 3,63 Milliarden Menschen in Großstädten, bis 2050 sollen es 6,25 Milliarden sein – knapp 70 Prozent der bis dahin prognostizierten Weltbevölkerung. Gleichzeitig sinken die Budgets der öffentlichen Hand. Mit Smart-City-Lösungen unterstützt die Telekom Städte dabei, die zunehmende Urbanisierung positiv zu gestalten. Beispielsweise hilft sie, nachhaltige Infrastrukturen aufzubauen und Bürgern eine höhere Lebensqualität zu bieten.

Ein Beispiel für ein Smart-City-Projekt der Telekom ist das im Berichtszeitraum entwickelte sensorgestützte Parkleitsystem. Es soll dazu beitragen, den Verkehrsfluss zu verbessern und somit auch den CO₂-Ausstoß zu verringern. Dazu werden Parkplätze mit Sensoren ausgestattet. Diese prüfen, ob der jeweilige Parkplatz frei oder belegt ist, und leiten die Information an eine „Tap&Park“-App weiter. So können sich Autofahrer direkt zu einem freien Parkplatz lotsen lassen. Als zusätzlicher Service für die Stadtverwaltung wird die gesamte Parkplatzsituation in Echtzeit auf einem Webportal visualisiert. Außerdem wertet die Telekom für ein besseres Verständnis der Verkehrsflüsse auch historische Verkehrsdaten aus.

Darüber hinaus bietet die Telekom weitere integrierte Lösungen für eine Smart City an. So können sich beispielsweise die Besucher eines Stadions mithilfe einer App über die aktuelle Verkehrssituation im Stadionumkreis informieren. Über eine M2M-Lösung der Telekom zur Steuerung der Straßenbeleuchtung können die Kommunen bis zu 70 Prozent Strom- und bis zu 10 Prozent Wartungskosten einsparen.

BEITRAG ZUM WERTSCHÖPFUNGSKREISLAUF.

Der zunehmend genutzte Mietservice der Telekom für Router und Media Receiver trägt dazu bei, elektronischen Abfall zu vermeiden sowie Rohstoffe wiederzugewinnen, und verbessert damit indirekt auch die CO₂-Bilanz im Produktlebenszyklus. Nach Ablauf der Mietfrist werden die Geräte entweder aufbereitet und dadurch länger genutzt oder fachgerecht recycelt. Die Telekom fördert den Service aktiv und erfolg-

reich über Kommunikationsmaßnahmen, unter anderem in den Telekom Shops, im Internet und über Produktflyer. Bis Ende 2013 ist die Anzahl der Nutzer des Mietservice auf rund 6,5 Millionen angestiegen. Damit haben in diesem Jahr rund 95 Prozent aller Kunden dieses Service-Modell gewählt.

Darüber hinaus setzen wir uns durch vielfältige Aktionen und neue Maßnahmen dafür ein, dass ausrangierte Handys und Smartphones nicht in den Schubladen der Haushalte verschwinden, sondern recycelt oder – neu aufbereitet – weiterverwendet werden. So bieten wir seit 2013 unseren Kunden an, ihre gebrauchten hochwertigen Handys und Smartphones in den Telekom Shops gegen einen Gutschein einzutauschen. Außerdem startete die Telekom 2013 erneut zahlreiche Handy-Sammelaktionen, viele davon in Kooperation mit Partnern. Ein Beispiel war die Aktion „Handy clever entsorgen“ gemeinsam mit dem Bayerischen Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit, bei der vom 6. Juni bis 31. Juli 2013 in ganz Bayern Althandys und Laptops gesammelt wurden. Wir berieten das Staatsministerium bei der Durchführung der Aktion und unterstützten diese auch finanziell. Bereits zum dritten Mal förderte die Telekom zudem eine gemeinsame Sammelaktion der Deutschen Umwelthilfe (DUH) und des Einzelhandelsverbands Edeka im Einzugsgebiet von Edeka Südwest. Hierbei wurden rund 2500 Handys gesammelt.

Wir selbst nahmen 2013 deutschlandweit rund 167232 gebrauchte Mobiltelefone und Smartphones zurück und führten sie einer Weiterverwendung oder dem fachgerechten Recycling zu. Für jedes abgegebene Handy spendete die Telekom aus den Erlösen an die DUH. Das gemeinsame Handy-Sammelsystem der Telekom Deutschland und der DUH bestand 2013 bereits im zehnten Jahr – insgesamt konnten über die gesamte bisherige Laufzeit mehr als 1,6 Millionen gebrauchter Handys gesammelt werden.

Stakeholder-Dialoge zur Handy-Rücknahme. 2013 brachte die Telekom ihre Expertise und Erfahrungen bei der Steigerung der Rücknahmequote von gebrauchten Handys und Smartphones in drei überregionalen Stakeholder-Dialogen ein:

- Im April 2013 beteiligten wir uns unter anderem mit einem Fachvortrag an der Abschlusskonferenz des Projekts „Rückgabe und Nutzung gebrauchter Handys“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.
- Gemeinsam mit der DUH führten wir 2013 eine Stakeholder-Umfrage durch und organisierten ein Fachgespräch. Dabei ging es um unterschiedliche Möglichkeiten zur Steigerung der Handy-Rücknahmequote wie beispielsweise die Einführung eines „Handy-Pfands“.
- Im Rahmen unserer Kooperation mit dem Informationszentrum Mobilfunk (IZMF) entwickelten wir neue Dialog- und Informationsangebote zur Handy-Rücknahme: Neben dem Ausbau der Service-Seiten auf der IZMF-Website unterstützten wir die Vorbereitung der Stakeholder-Veranstaltung „Kommunikationsforum Mobilfunk“ des IZMF. Im Mittelpunkt der Veranstaltung im November 2013 stand die Frage „Was tun mit gebrauchten Handys?“

MEHR ALTGERÄTE ZURÜCKGENOMMEN.

Die gesamte Telekom-Gruppe misst dem Thema der ökologisch verantwortungsbewussten Entsorgung nicht mehr benötigter Handys und Festnetz-Geräte große Bedeutung bei. Aus diesem Grund haben fast alle Telekom-Landesgesellschaften Rücknahme- oder Rückkaufprogramme für alte Mobil- und Festnetz-Telefone eingerichtet.

Seit Juni 2013 läuft bei OTE und Cosmote ein erweitertes Recyclingprogramm für Batterien, Tintenpatronen sowie Mobil- und Festnetz-Telefone, um das Recycling von Altgeräten zu fördern. Für jede Tonne zurückgenommener Mobil- und Festnetz-Telefone plus Zubehör, die bis Ende Mai 2014 zusammenkommt, zahlen OTE und Cosmote 1000 Euro an Umweltschutzorganisationen. Bis Ende Dezember 2013 wurden bereits insgesamt 53171 Kilogramm eingesammelt.

Im November 2013 startete T-Mobile Netherlands ein Rückkaufprogramm für Mobilgeräte mit besonderem Schwerpunkt auf High-End-Geräten. Dieser als „T-Mobile toestel inruil“ bezeichnete Prozess wird zusätzlich zum Hilfsprogrammmodell „GSM Retourplan“ eingerichtet, das bereits seit einigen Jahren läuft. Im Rahmen von GSM Retourplan spenden Kunden niedrigpreisige Telefone für „War Child“. Cosmote Romania unterhält mit „I Love Recycling“ ein ganz ähnliches Programm für Mobilgeräte. T-HT Hrvatski Telekom betreibt ebenfalls ein Rückkaufprogramm für alte Mobilfunkgeräte und bietet ihren Kunden dabei Rabatte auf Neugeräte, die jeweils dem Wert des alten entsprechen.

Auf diese Weise wurden 2013 in Kroatien 1362 Telefone recycelt. Auch Romtelecom hat 2013 ein Programm zur Förderung des Umweltbewusstseins und der getrennten Abfallsammlung entwickelt und zu diesem Zweck entsprechende Informationen auf der Website des Unternehmens sowie auf Facebook eingestellt. Außerdem betreibt die Landesgesellschaft ein Programm zur Sammlung von elektrischen und elektronischen Altgeräten ihrer Mitarbeiter und deren Angehöriger.

BARRIEREFREIE PRODUKTE UND DIENSTE.

Mit einem intelligenten Assistenzsystem, das das Service-Portal der Telekom mit der Heimnetzplattform QIVICON verbindet, unterstützt die Telekom die Arbeit von Wohlfahrtsverbänden in betreuten Wohnkonzepten. Erstmals können damit verschiedene Funktionen vom klassischen Service-Ruf über das Surfen im Internet bis zur Hausautomation über eine einzige Bedienoberfläche gesteuert werden. Im Oktober 2013 startete die Telekom gemeinsam mit der Johanniter-Unfall-Hilfe ein Pilotprojekt zum Einsatz des Assistenzsystems im betreuten Wohnen für Senioren. Ziel ist es, die Bewohner zu unterstützen, möglichst lange selbstbestimmt in den eigenen vier Wänden zu leben. 25 Wohneinheiten wurden dafür mit Tablet-PCs ausgestattet. Die Nutzer können über die übersichtliche Bedienoberfläche Alltagsunterstützung durch die Johanniter anfordern, Komponenten der Haustechnik wie Beleuchtung oder Heizung steuern und Service-Informationen aus dem Internet abrufen (z.B. Wetterinformationen oder Tageszeitung lesen). In die Entwicklung der Anwendung flossen Erfahrungen aus dem SmartSenior-Projekt der Telekom ein.

Künftig sollen weitere Service-Funktionen integriert werden. So entwickeln wir derzeit eine Anwendung, die Menschen mit Einschränkungen wie Demenz oder psychischen Erkrankungen dabei hilft, ihren Alltag

zu strukturieren, und die Videokommunikation zwischen Betroffenen, Pflegedienst und Angehörigen vereinfacht.

Unsere Landesgesellschaften bieten Angehörigen benachteiligter gesellschaftlicher Gruppen, beispielsweise Senioren und Behinderten, eine breite, und weiter wachsende Vielfalt an Produkten und Tarifen an. In Griechenland beispielsweise führen OTE und Cosmote neben zahlreichen anderen nachhaltigen Produkten das im November 2013 auf den Markt gebrachte Handy Alcatel 2001X in ihrem Portfolio. Mit seinen großen Tasten, dem großen Display, dem benutzerfreundlichen Menü, der SOS-Taste und der Hörgerätekompatibilität eignet es sich perfekt für Senioren. Magyar Telekom bietet jetzt neue Tarife für Menschen mit Behinderungen; Ben von T-Mobile Netherlands brachte im Oktober 2013 ein besonderes Smartphone für sehbehinderte Menschen auf den Markt; von Slovak Telekom gibt es seit 2013 zwei neue Produkte für hörgeschädigte Menschen; T-HT Hrvatski Telekom führte wirtschaftlichere Tarife für 18- bis 28-Jährige sowie für Familien ein. Im September 2013 brachte auch AMC ein speziell für Senioren entworfenes Mobiltelefon auf den Markt und spendete außerdem 50 dieser Telefone an Altenwohnheime.

PRODUKTE UND DIENSTE FÜR HÖRGESCHÄDIGTE MENSCHEN.

Bereits 2003 haben wir in Deutschland eine Hotline („Deaf Hotline“) für gehörlose und schwerhörige Kunden eingerichtet, über die wir auch eine IT-Soforthilfe anbieten. Die Kunden können ihre Anfragen dort per E-Mail, Fax, Post oder Bildtelefon an speziell geschulte Mitarbeiter richten. Die Fragen werden entweder direkt beantwortet oder die Kollegen informieren darüber, wie sie via Bildtelefonie oder Webcam für ein Gespräch zu erreichen sind. Aktuell fragen täglich bis zu 50 Menschen bei der Hotline an, um sich beispielsweise zu Problemen mit ihren DSL-Routern oder speziellen Handy-Tarifen beraten zu lassen.

Im Oktober 2013 starteten wir die Testkampagne „Barrierefreier Vertrieb und Service für Hörgeschädigte“, in dessen Rahmen wir unter anderem eine T-Shop-Beratung in Deutscher Gebärdensprache und weitere Vertriebskanäle einrichten wollen. So präsentieren wir ab März 2014 auf einer eigenen Internet-Seite speziell auf gehörlose beziehungsweise hörgeschädigte Kunden zugeschnittene Angebote. Neben Produkten gehören dazu beispielsweise die im Rahmenvertrag mit dem Deutschen Gehörlosen-Bund festgelegten Sonderkonditionen oder der Verweis auf die IT-Soforthilfe. Die Angebote werden begleitend mit Videos in Deutscher Gebärdensprache erläutert. Künftig wollen wir auch den Vertrieb unseres Kundenservices um eine Videochatberatung in Deutscher Gebärdensprache ergänzen.

Mobile Lehrer – frühzeitige Betreuung hörgeschädigter Kinder.

2013 boten in der Slowakei zwölf Lehrer insgesamt 34 Familien mit einem hörgeschädigten Kind mobile Unterstützung an. Da Slowakisch für hörgeschädigte Personen eine besonders schwierige Sprache ist, ist es sehr wichtig, die Arbeit mit einem hörgeschädigten Kind in einem möglichst frühen Alter zu beginnen. Das erstmals von der Telekom-Stiftung zusammen mit der Pontis-Stiftung in der Slowakei gestartete Programm „Mobile Lehrer“ (MoblNy Pedagog) ermöglicht es einem Lehrer, Familien mit einem hörgeschädigten Kind direkt zu besuchen. Der Lehrer arbeitet dann mit den Familienangehörigen vor Ort und setzt dabei die vorhandenen Geräte und Spielsachen ein. So sparen die

Eltern Geld, Zeit und Mühe, die sie sonst für die Fahrt zu einer Betreuungseinrichtung aufwenden müssten. Im November 2013 organisierte Slovak Telekom das erste von drei Treffen von Familien mit hörgeschädigten Kindern und mobilen Lehrern für einen Austausch über die besten Unterrichtsmethoden. Das zweite Treffen fand im Februar 2014 statt. Slovak Telekom organisierte darüber hinaus Kurse zum Erlernen der Gebärdensprache in allen acht slowakischen Kreisstädten. Alle Kurse waren ausgebucht. Insgesamt nahmen 160 Personen teil.

NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION.

Ziel unserer Nachhaltigkeitskommunikation ist es, unsere Kunden darüber zu informieren, wie sie durch die Wahl von nachhaltigen Produkten und ICT-Lösungen ihren Energieverbrauch senken und CO₂-Emissionen vermeiden können. So wollen wir auch das gesellschaftliche Bewusstsein für die Bedeutung des nachhaltigen Konsums erhöhen. Außerdem nutzt die Telekom zahlreiche unterschiedliche Kommunikationskanäle und -formate, um ihr eigenes ökologisches und gesellschaftliches Engagement darzustellen.

NACHHALTIGE PRODUKTZERTIFIZIERUNGEN.

Seit März 2013 bieten wir als erstes und bisher einziges Unternehmen DECT-Telefone an, die das renommierte Umweltzeichen Blauer Engel tragen. Mit allen zehn Modellen der neuen Sinus-Serie ermöglichen wir unseren Kunden, mit ihrer Kaufentscheidung einen Beitrag zu Umwelt- und Klimaschutz zu leisten. Durch besonders energieeffiziente Schaltnetzteile verbrauchen die zertifizierten Geräte mindestens 60 Prozent weniger Energie als DECT-Telefone mit konventionellen Schaltnetzteilen. Erstmals kann der Kunde die Reichweite und somit die Intensität der elektromagnetischen Felder selbst einstellen, die Telefone verfügen über austauschbare Akkus und in den Kunststoffbestandteilen werden keine kritischen Stoffe verwendet.

Die Telekom nimmt mit der Zertifizierung eine Vorbildrolle in der Telekommunikationsbranche ein. Bisher war es für Verbraucher fast unmöglich, sich mithilfe von neutralen Siegeln über die Umwelteigenschaften von Produkten im ICT-Bereich zu informieren. Um die Bekanntheit zu erhöhen, haben wir die Zertifizierung mit dem Umweltzeichen intensiv beworben und auch die Mitarbeiter in internen Schulungen umfassend informiert. Außerdem richteten wir eine Internet-Seite mit Informationen unter anderem zum Blauen Engel und den ökologischen Produkteigenschaften der Sinus-Reihe ein. Anfang Dezember 2013 nahm die Telekom an einem Expertenchat zum Thema „grünes Telefonieren“ teil, der vom Blauen Engel organisiert wurde. Verbraucher konnten ihre Fragen unter anderem an Vertreter des Umweltbundesamts, von Greenpeace und der Verbraucherzentrale NRW richten. Aufgrund der zukunftsweisenden Signal- und Breitenwirkung der zahlreichen aufeinander abgestimmten Kommunikationsmaßnahmen wurde die Telekom 2013 für den „Blauer-Engel-Preis“ nominiert, der jährlich im Rahmen des „Deutschen Nachhaltigkeitspreises“ verliehen wird.

DIGITALE NACHHALTIGKEITSKOMMUNIKATION.

Unsere Website www.telekom.com ist einer von mehreren digitalen Kommunikationskanälen, auf denen wir Informationen zum Thema Nachhaltigkeit bereitstellen. Mit dem „Verantwortungsportal“ haben wir dort eine eigene Rubrik eingerichtet, auf der wir unsere Aktivitäten gebündelt kommunizieren. Auf jeweils eigenen Websites stellen wir das Programm „engagement@telekom“ sowie unser Engagement im Rah-

men der Telekom Stiftung und der „Ich kann was!“-Initiative vor. Auch in Pressemitteilungen berichten wir regelmäßig über unsere nachhaltigkeitsbezogenen Aktivitäten. Einen unterhaltsamen und informativen Einstieg in das Thema Nachhaltigkeitsengagement der Telekom bietet unsere App „We Care“. Den umfassendsten Überblick gibt der jährliche CR-Bericht der Telekom, der ausschließlich online veröffentlicht wird.

Die Telekom pflegt eine enge Beziehung zu ihren Kunden und ist daher auch über Social-Media-Kanäle wie Facebook und Twitter erreichbar. Zudem stellen wir Videobotschaften unter anderem zu Nachhaltigkeits-themen auf YouTube. In einem im März 2013 online gestellten Video beantwortet beispielsweise Deutschlandchef Niek Jan van Damme Fragen zum geplanten Breitbandausbau. Auch die Landesgesellschaften betreiben multimediale CR-Kommunikation. Ein Beispiel: Um Mitarbeiter wie Kunden näher an das Thema CR heranzuführen, hat T-Mobile Netherlands im Dezember 2013 einen CR-Film produziert. Dieser informiert über die Schwerpunkte und die wichtigsten Ergebnisse der CR-Arbeit.

Als aktives Mitglied von „econsense“, dem Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft, nutzen wir außerdem die Website dieser Initiative, um unsere Aktivitäten und Anliegen nach außen zu tragen. Schließlich informieren wir auch im Rahmen unserer vielfältigen Partnerschaften über unser CR-Engagement.

BRANCHENFÜHRER IM BEREICH CR.

In einer 2013 durchgeführten Marktforschungsstudie zu mobiler Telefonie nannten 42 Prozent der Befragten (Bewohner von Athen, Saloniki sowie städtischer, halbstädtischer und ländlicher Gebiete in Griechenland) Cosmote als sozial verantwortungsvollste Mobiltelefongesellschaft in Griechenland. Die nach Cosmote in dieser Kategorie zweitplatzierte Mobiltelefongesellschaft erreichte lediglich 13 Prozent, während 38 Prozent der Befragten überhaupt keine Mobiltelefongesellschaft in der Kategorie „Soziale Verantwortlichkeit“ auswählten. Einmal mehr rangierte Cosmote an erster Stelle.

In einer 2013 durchgeführten Marktforschungsstudie zu Festnetz-/Internet-Anbietern nannten 31 Prozent der Befragten (Bewohner von Athen, Saloniki sowie städtischer, halbstädtischer und ländlicher Gebiete in Griechenland) OTE als sozial verantwortungsvollsten Festnetz-/Internet-Anbieter in Griechenland. Das nach OTE zweitplatzierte Unternehmen wurde von nur 6 Prozent der Befragten gewählt, während 51 Prozent kein sozial verantwortungsvolles Unternehmen nennen konnten. In der Studie, die sich auf die Quartale eins bis drei des Jahres 2013 bezog, erreichte OTE in dieser Kategorie ein um 3 Prozent besseres Ergebnis als im Jahr 2012 und belegte einmal mehr den ersten Platz.

KUNDENSICHERHEIT/ KUNDENZUFRIEDENHEIT.

Zufriedenheit und Sicherheit der Kunden sind essenziell für den Erfolg eines Unternehmens auf dem hart umkämpften ICT-Markt. Es muss seine Produkte und Dienste an den Bedürfnissen und Meinungen der Kunden ausrichten und diesen zugleich umfassende Datensicherheit bieten. Die Sicherheit der ICT-Prozesse und die übrigen Anliegen ihrer Nutzer – Wirtschaft wie Verbraucher – haben für die Telekom höchste Priorität. Sie bilden die Grundlage für unser Ziel, den Kunden zu begeistern.

MANAGEMENTANSATZ.

Die Telekom stellt an sich selbst den Anspruch, ihre Kunden zu begeistern. Dieses Ziel haben wir in unseren konzernweiten Leitlinien verankert. Auch variable Gehaltsanteile unserer Führungskräfte sind an die Kundenzufriedenheit gekoppelt. Mit verschiedenen Instrumenten erheben wir regelmäßig die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden. Eines davon ist die von einem unabhängigen externen Dienstleister mehrmals pro Jahr durchgeführte TRI*M-Kundenbindungsstudie. Die Ergebnisse werden in Form des sogenannten TRI*M-Index dargestellt. Bis 2015 wollen wir in Deutschland diesen Wert bezogen auf das Jahr 2012 um rund 10 Prozent steigern. Sämtliche Rückmeldungen unserer Kunden berücksichtigen wir in der Produktentwicklung und bei der Verbesserung unseres Service.

Unseren Kunden bieten wir seit jeher ein hohes Niveau an Datenschutz und Datensicherheit bei der Nutzung unserer Produkte und Dienste. So wollen wir auch das Vertrauen in die digitale Welt stärken. Unser Engagement stellen wir jährlich in einem eigenen Datenschutzbericht dar. Schon in der Phase der Entwicklung neuer Produkte und Dienste spielen Sicherheitsaspekte eine wesentliche Rolle. Mithilfe des „Privacy and Security Assessment“ (PSA)-Verfahrens werden unsere Systeme bei jedem Entwicklungsschritt auf ihre Sicherheit überprüft. Dies gilt für neu entwickelte Systeme ebenso wie für bestehende, die technisch oder in der Art der Datenverarbeitung angepasst werden. Außerdem dokumentieren wir mithilfe eines standardisierten Verfahrens den Datenschutz- und Datensicherheitsstatus unserer Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus. Auch Jugendschutzkriterien fließen in die Entwicklung unserer Dienste und Produkte ein. So ist in Deutschland bei Fragen der Planung und Gestaltung von jugendschutzrelevanten Angeboten ein Jugendschutzbeauftragter einbezogen. 2013 hat sich die Telekom verpflichtet, auch in jeder EU-Landesgesellschaft einen sogenannten Child Safety Officer zu benennen, als zentralen Ansprechpartner für jugendschutzrelevante Themen.

Einbindung von Jugendschutzkriterien

Unser strategischer Ansatz im Jugendmedienschutz in Deutschland beruht auf drei Säulen:

- Angebot von nutzerautonomen Schutzinstrumenten
- Bereitstellung attraktiver und altersgerechter Angebote für Kinder
- Förderung der Medienkompetenz

Unsere Verpflichtung zum Jugendmedienschutz haben wir in Deutschland in entsprechenden Grundsätzen fixiert und Mindeststandards implementiert. Zu deren Umsetzung bieten wir beispielsweise verschiedene Mechanismen zum altersdifferenzierten Angebot von Inhalten an.

Auch in den internationalen Landesgesellschaften streben wir danach, den Jugendmedienschutz zu verbessern. So verpflichtete sich die Telekom bereits 2007 auf EU-Ebene zur Bekämpfung der Darstellung von Kindesmissbrauch im Internet. Seit 2008 beteiligt sie sich am globalen Branchenzusammenschluss GSMA, der dasselbe Ziel verfolgt. Darüber hinaus arbeiten wir eng mit Partnern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft wie Strafverfolgungsbehörden und NGOs zusammen, um kinder- und jugendgefährdende Inhalte aus dem Netz zu verbannen. Zudem unterstützen wir zahlreiche Initiativen zum Kinder- und Jugendmedienschutz. In den Jahren 2012 und 2013 verpflichteten wir uns im Rahmen branchenweiter Unternehmensinitiativen auf die EU-weite Implementierung von Mindeststandards im Jugendmedienschutz. Im Oktober 2013 formulierten wir hierfür einen Katalog mit verbindlichen Rahmenvorgaben – damit setzen wir in unseren Märkten neue Standards im Jugendmedienschutz. Jede Landesgesellschaft in der EU kann die darin enthaltenen Maßnahmen unter Berücksichtigung der jeweiligen kulturellen Gegebenheiten und Geschäftsmodelle für sich spezifizieren, weitergehende beschließen und dabei eigene strategische Schwerpunkte setzen.

VERBRAUCHER- UND JUGENDSCHUTZ.

Der Schutz ihrer Kunden hat für die Telekom höchste Priorität. Sei es die Sicherheit persönlicher Daten, eine transparente Preisgestaltung oder die Verbannung jugendgefährdender Inhalte aus dem Netz – die Telekom steht für hohe Standards im Verbraucher- und Jugendmedienschutz. Ein Beispiel dafür ist De-Mail, unser Dienst für die rechtssichere Identifizierung von Sender und Empfänger. Mit der von uns mitbegründeten Brancheninitiative „E-Mail made in Germany“ setzen wir zudem einen neuen Sicherheitsstandard für die Versendung privater E-Mails. Kindern und Jugendlichen wollen wir einen kompetenten Umgang mit digitalen Medien ermöglichen und sie vor ungeeigneten Inhalten schützen. Dafür stärken wir konzernweit ihre Medienkompetenz und engagieren uns mit verschiedenen Maßnahmen und Partnern für die Gestaltung eines kinderfreundlichen Netzes. Unsere Haltung haben wir in zahlreichen nationalen und internationalen Selbstverpflichtungen sowie internen Verhaltenskodizes bekräftigt. Dabei gehen wir oft weit über die nationalen gesetzlichen Regelungen hinaus.

MEHR TRANSPARENZ ÜBER KOSTEN UND LEISTUNGEN.

Ende Oktober 2013 untersagte das Landgericht Köln der Telekom Deutschland, Festnetz-Tarife als Flatrate zu bewerben, wenn ab einem bestimmten Datenvolumen die Übertragungsgeschwindigkeit gedrosselt wird. Die Telekom hat darauf verzichtet, gegen dieses Urteil Rechtsmittel einzulegen. Zudem nehmen wir das Urteil als Anlass, die Gestaltung der Tarife und die Kundenkommunikation zu verbessern. Wir wollen unsere Produkte und Kommunikation transparenter und einfacher machen und Kundenwünsche bei der Gestaltung der Tarife stärker mit einbeziehen. Festnetz-Tarife, die als Flatrate bezeichnet werden, werden in der Geschwindigkeit nicht gedrosselt. In Zukunft wird es außerdem günstige Volumentarife und einen neuen Tarif speziell für ländliche Gebiete geben.

Zusätzlich arbeitet die Telekom mit der gesamten Branche intensiv daran, die tatsächlichen Geschwindigkeiten in Festnetz und Mobilfunk transparenter zu machen. Die beteiligten Unternehmen haben der Bundesnetzagentur dafür Anfang September konkrete Vorschläge unterbreitet:

- So soll ein branchenweites Online-Portal bereitgestellt werden, in dem Nutzer die unterschiedlichen Qualitäten der Anbieter vergleichen können.
- Für das Festnetz wird ein Messtool zum Überprüfen der tatsächlichen Geschwindigkeit des Internet-Zugangs beim Up- und Download entwickelt.
- Im Mobilfunk wollen die Anbieter Apps zur Geschwindigkeitsmessung anbieten.

Die Telekom wird darüber hinaus die Bandbreitenkorridore im Festnetz enger fassen und Kunden bei Vertragsabschluss eine Produktinformation zu den verfügbaren Geschwindigkeiten bereitstellen. Schon im Berichtszeitraum haben wir Maßnahmen ergriffen und beispielsweise die Sprachportale der Hotlines überarbeitet. Künftig wollen wir auch Kundenanschriften unter anderem zu Aufträgen, Stornierungen und Kündigungen verständlicher gestalten. Auch in den Landesgesellschaften engagieren wir uns für eine klarere Kommunikation mit unseren Kunden.

Mobiles Internet ohne Fallstricke.

Kein Kunde möchte mit unerwarteten Kosten konfrontiert werden. Seit Oktober 2013 geht T-Mobile Netherlands daher proaktiv auf Kunden zu, wenn sich ihr Nutzungsverhalten signifikant ändert und höhere Kosten zu erwarten sind. Dieser Service ist Teil einer landesweiten Kampagne, mit der „böse Überraschungen“ für Kunden vermieden werden sollen. Damit sollen mobile (Internet-) Nutzung und die damit verbundenen Kosten für Kunden transparenter werden. Kunden von T-Mobile Netherlands können ihre Rechnungen und ihr mobiles Nutzungsverhalten jederzeit und überall kontrollieren, zum Beispiel über eine App. Gemeinsam mit KPN, Tele2 und Vodafone hat T-Mobile Netherlands sich im Jahr 2012 in einem Verhaltenskodex zu mehr Transparenz bei mobilen Internet-Diensten verpflichtet.

SICHERES FAHREN: KEINE SMS WÄHREND DER FAHRT.

In Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Infrastruktur und Umwelt, KPN, Vodafone und einigen NGOs betreibt T-Mobile Netherlands eine landesweite Kampagne zur Gefährlichkeit des SMS-Schreibens beim Autofahren. Die Kampagne erreicht Millionen Menschen über die Massenmedien (Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen), ein Online-Video sowie über Tafeln an den Autobahnen. Da tödliche Unfälle in Verbindung mit der Nutzung von Mobiltelefonen zunehmen, ist es für T-Mobile wichtig, die Sensibilität für dieses Problem zu erhöhen. In 116 T-Shops werden daher Broschüren verteilt, die auf diese Gefahr aufmerksam machen. Seit dem Start der Kampagne im September 2013 wurde das Online-Video nahezu 70000 Mal angeklickt.

DATENSCHUTZ.

Datenschutz und Datensicherheit für Kunden und Nutzer haben für die Telekom konzernweit höchste Priorität. Sowohl bei der Entwicklung neuer als auch bei der Weiterentwicklung bestehender Produkte engagieren wir uns kontinuierlich für höchstmögliche Sicherheit. Unsere Aktivitäten dokumentieren wir in unserem jährlichen Datenschutzbericht. Die folgenden Beispiele stellen einen kleinen Ausschnitt unserer Arbeit im Berichtszeitraum dar:

„E-Mail made in Germany“ und rechtssichere elektronische Verwaltung.

Als Reaktion auf die NSA-Spähaffäre gründete die Telekom im August 2013 gemeinsam mit dem Unternehmen United Internet die Brancheninitiative „E-Mail made in Germany“. Damit setzen wir einen neuen Sicherheitsstandard und treten der wachsenden Verunsicherung der Bürger in Deutschland bezüglich der Sicherheit ihrer Daten entgegen. „E-Mail made in Germany“ ermöglicht den Nutzern von E-Mail-Accounts bei GMX, T-Online.de, Web.de und freenet.de, ihre Daten automatisch zu verschlüsseln. Insgesamt sind rund zwei Drittel aller E-Mail-Nutzer in Deutschland Kunde bei einem der genannten Anbieter.

Der elektronische Briefdienst der Telekom De-Mail bietet noch weitergehenden Service, indem er zusätzlich eine rechtssichere Identifizierung von Sender und Empfänger ermöglicht. Damit können nun auch Verwaltungsakte rechtssicher per elektronischer Post erledigt werden. Mit dem Gesetz zur Förderung der elektronischen Verwaltung (E-Government-Gesetz) verpflichtete der Deutsche Bundestag im Juni 2013 die Bundesbehörden, den Bürgern bis Mitte 2014 einen Kontaktweg über De-Mail anzubieten. Insgesamt wird der seit September 2012 angebotene Dienst von unseren Kunden sehr gut angenommen.

Telekom erhöht Abhörschutz im Mobilfunk.

Auch im Mobilfunk arbeitet die Telekom stetig an einer Verbesserung der Sicherheitsstandards. Um Gespräche besser gegen mögliches Abhören zu schützen, setzen wir seit 2013 als erster Netzbetreiber in Deutschland den Verschlüsselungsstandard A5/3 für die Sprachübertragung im Mobilfunknetz ein. Bundesweit wurde hierfür an rund 30000 Basisstationen und zentralen Netzpunkten neue Hard- und Software installiert. Der neue Standard schützt Gespräche im GSM-Netz besser. Eine ähnlich starke Verschlüsselung wird im UMTS- und LTE-Netz bereits eingesetzt. Auch in der EJR Mazedonien, Montenegro, Polen und Tschechien haben wir 2013 diese Technik implementiert. Weitere Länder werden folgen.

Mit dem „SiMko 3“ („sichere mobile Kommunikation“) hat die Telekom außerdem ein Hochsicherheits-Smartphone entwickelt, das von Mitgliedern des Deutschen Bundestags genutzt wird. Dank einer speziellen von T-Systems entwickelten Verschlüsselungstechnik ist dieses Smartphone abhörsicher. Für die Abschirmung sensibler Daten wurde ein abgeschotteter Bereich im Handy mit eigenem Betriebssystem eingerichtet. Im September 2013 wurde das „SiMko 3“ durch das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik zertifiziert. Langfristig will die Telekom auch Wirtschaftsvertreter mit dem Gerät ausstatten.

T-Systems betreibt Hochsicherheitsnetz für die EU.

Im Juli 2013 wurde T-Systems von der EU beauftragt, ein hochsicheres und verschlüsseltes Netz für den elektronischen Datenaustausch zwischen der europäischen Verwaltung und den Mitgliedsländern aufzubauen. Dieses „TESTA“ (Trans-Europa Services for Telematics between Administrations – New Generation) genannte Netz soll künftig von den Mitgliedsstaaten der EU, der Europäischen Kommission, dem Rat und rund 40 Einrichtungen der Europäischen Union genutzt werden. T-Systems wird hierfür speziell gesicherte Rechenzentren aufbauen. Das Netz soll Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu einem Gigabit pro Sekunde bieten und damit die zunehmende grenzüberschreitende Zusammenarbeit in der EU unterstützen.

PRODUKTE UND MASSNAHMEN ZUM JUGENDMEDIENSCHUTZ.

Führende Technologie- und Medienunternehmen wie die Telekom übernehmen heute Verantwortung für den Jugendmedienschutz im Internet und sind bestrebt, diesen gemeinsam mit der EU weiter zu verbessern. Inspiriert von der „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“ sowie ausgehend von unseren Zusagen in der branchenweiten „ICT Coalition for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU“ verpflichteten wir uns im Januar 2013 zur Umsetzung eines EU-weiten Maßnahmenpakets. Mehr als 200 der zugesagten Maßnahmen wurden konzernweit bereits umgesetzt.

Dies wird transparent in dem auf der Website der ICT Coalition veröffentlichten Review-Report der Deutschen Telekom dargestellt. Dieser wurde Ende 2013 auf Basis von Selbstauskünften aller EU-Landesgesellschaften erstellt. Der Bericht lädt interessierte Stakeholder ein, uns ihre Fragen und Kommentare zu den dokumentierten Maßnahmen mitzuteilen. Diese werden dann im kommenden Jahresbericht der ICT Coalition berücksichtigt. Außerdem wird eine Kurzbewertung der Maßnahmen aller in der ICT Coalition vertretenen Unternehmen im Jahresbericht veröffentlicht. Für die Kurzbewertung wurde ein unabhängiger Experte, ein „Honest Broker“, beauftragt. Auf diese Weise gewährleistet die ICT Coalition, dass der Review-Prozess transparent ist und interessierte Stakeholder einbezogen sind.

KINDERSCHUTZSOFTWARE UND SURFGARTEN.

Mit altersgerechten Websites und Inhalten wie der Suchmaschine fragFINN.de oder unserem seit 2004 bestehenden Kidsportal bieten wir Kindern und Jugendlichen unter anderem in Deutschland spannende und attraktive Inhalte im Netz an. Neben diesen sicheren Angeboten können sie im Internet aber auch auf andere, für sie gefährliche Inhalte stoßen. Als führender ICT-Anbieter übernehmen wir Verantwortung und unterstützen im Rahmen unserer Möglichkeiten mit dem Angebot wirksamer Instrumente ein sicheres und positives Online-Erlebnis für Kinder und Jugendliche. Hierzu sind laufend neue Anstrengungen nötig, da sich das Internet mit hohem Tempo weiterentwickelt und damit die Verbreitung jugendschutzrelevanter Inhalte erleichtert wird. Um möglichst viele Kinder und Jugendliche zu schützen, muss es in Deutschland ein Ziel sein, die von der „Kommission für den Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten“ (KJM) anerkannten Software-Programme stärker in der Bevölkerung zu verbreiten. Hier besteht noch Verbesserungspotential. Eines der beiden Programme, die für einen Schutz vor jugendgefährdenden Inhalten für unter 16- bzw. unter 18jährige sorgen, ist unsere Kinderschutz Software. Um ihre Verbreitung zu verbessern, benötigen wir eine breite gesellschaftliche Offensive, die beispielsweise durch eine staatliche Förderung von Informationskampagnen an Schulen und für Eltern unterstützt werden sollte.

Die Telekom hat unter anderem ihre deutsche Kinderschutz Software in den vergangenen Jahren kontinuierlich weiterentwickelt: Seit Oktober 2013 ist diese beispielsweise auch für die neue Windowsversion 8 verfügbar. Ähnliche Tools, mit denen Eltern die sichere Handy- oder Internet-Nutzung ihrer Kinder unterstützen können, wurden 2013 auch in weiteren Landesgesellschaften auf den Markt gebracht. In Kroatien hat beispielsweise die Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom ebenfalls den Kinder- und Jugendschutz durch eine Filteroption für Internet-Inhalte verbessert. Eltern können jetzt effektiv verhindern, dass ihre Kinder im Internet auf jugendgefährdende Inhalte zugreifen. Diese Option kann an jedem Gerät mit Internet-Verbindung aktiviert werden.

	Landesgesellschaft:	Beispiele für im Berichtszeitraum umgesetzte Maßnahmen:		
Altersdifferenzierte Inhalte	Magyar Telekom	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Automatische Warnmeldungen innerhalb der Webangebote der ungarischen Telekom beim Aufruf von kinder- und jugendgefährdenden Inhalten ▪ Verbesserte Hinweise und Empfehlungen zur Installation der selbstentwickelten Filtersoftware 	OTE & COSMOTE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sensibilisierungskampagnen für Gefahren im Internet am Safer Internet Day
			Slovak Telekom	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterstützung des Portals „Sheeplive“ (Angebot von kindgerechten Cartoons, Spielen und Unterrichtsmaterialien zum Thema Internetsicherheit) ▪ 2013 Auszeichnung des Projekts mit dem World Summit Award der UN unter anderem im Bereich Inklusion
Kindersicherung	Alle EU-Landesgesellschaften	<ul style="list-style-type: none"> ▪ EU-weite Entwicklung und Einführung von landesspezifischer <u>Kinderschutz Software</u> 		
Verletzung der Nutzungsregeln	Magyar Telekom	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausdrückliche Zustimmung zu den Nutzungsbedingungen für die Angebote der Magyar Telekom ist Nutzungsvoraussetzung. Kinder- und Jugendschutzregeln sind in den Bedingungen inbegriffen. 		
	T-Mobile Poland	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einfache Möglichkeit Verstöße gegen die Nutzungsbedingungen des Cloud-Services „MyDisk“ zu melden. 		
Kampf gegen Kindesmissbrauch im Netz	OTE	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verlinkung des internationalen Telekom-Projekts „Safeline“ mit der OTE-Website, um jugendgefährdende Inhalte einfacher melden zu können 		
	Telekom Deutschland	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kooperation mit Jugendchutzinitiativen wie der „Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter“ und dem „Verband der deutschen Internetwirtschaft“ 		
	T-Mobile Austria Slovak Telekom	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verlinkung der Seiten Stopline.at bzw. Stopline.sk mit der jeweiligen Unternehmenshomepage, um jugendgefährdende und illegale Inhalte einfacher melden zu können 		
Bildung und Bewusstsein	Alle EU-Landesgesellschaften	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Benennung eines „Child Safety Officer“, der unter anderem die Umsetzung von Maßnahmen zum Jugendmedienschutz koordiniert. 		

Im Juli 2013 brachte T-Mobile Austria eine Kinderschutz Software für Smartphones und Tablets auf den Markt. Mit ihrer Hilfe können Eltern ihren Kindern einen altersspezifischen und kontrollierten Zugang zum Internet ermöglichen. Über einen Tastendruck lassen sich damit kindgerechte Webkategorien freischalten, der Aufruf von sozialen Netzwerken unterbinden oder Zeiträume festlegen, in denen das Kind mit dem mobilen Gerät ins Internet darf. Auch Kostenfallen wie Auslandstelefonie oder der Bezug von digitalen Gütern wie beispielsweise Klingeltöne lassen sich mithilfe der Kinderschutz Software vermeiden.

Weiterhin haben wir in Deutschland den Kinder- und Jugendschutz-Browser „Surfgarten“ für iPhone, iPad und iPod Touch entwickelt. Er erfüllt ebenfalls sämtliche Kriterien der Kommission für Jugendmedienschutz. Surfgarten wurde seit dem Markteintritt im Juli 2013 bereits von rund 3000 Nutzern heruntergeladen (Stand Dezember 2013).

Sowohl in unsere deutsche Kinderschutz Software als auch in den Surfgarten haben wir im Berichtszeitraum eine technische Lösung zum Erkennen der Altersklassifizierung von Webseiten integriert.

PARTNERSCHAFT MIT SHEEPLIVE.EU ZUM SCHUTZ VON MINDERJÄHRIGEN.

Um Kinder vor möglichen Gefahren bei der Nutzung von Internet und Mobilfunkgeräten zu schützen, engagieren sich Slovak Telekom und eSlovensko seit Oktober 2009 partnerschaftlich in einem zielgruppen-gerechten Projekt zur sicheren Internetnutzung. Im Mittelpunkt des Projekts stehen Zeichentrickfilme über das „vernetzte“ Leben einer Schafherde. Die Filme sind sowohl für Kinder als auch für Eltern gedacht und sensibilisieren für das Thema Kindersicherheit im Internet. Die Spots sind außerdem mit Gebärdensprache unterlegt und eignen sich dank besonderer Audiokommentare auch für Kinder mit Sehbehinderungen. Die slowakischen Schafspots auf sheeplive.eu wurden 2013 anlässlich der World Summit Awards (WSA) der UN als eines der innovativsten E-Content-Produkte der Welt ausgezeichnet.

Slovak Telekom unterstützt das gemeinnützige Projekt sheeplive.eu finanziell und erarbeitet entsprechende PR-Kampagnen.

Im Juni 2013 kam die aktualisierte Ausgabe eines Buches über Kinder im Internet (unter dem Titel „Children on the Net“ auch auf Englisch erhältlich) auf den Markt. Im Zoo von Bratislava wurde außerdem eine DVD mit 24 Spots von sheeplive.eu vorgestellt. Slovak Telekom und eSlovensko spendeten dem Zoo darüber hinaus drei Schafe. So können Kinder, die den Zoo besuchen, die lebendig gewordenen Schafe aus dem Projekt erleben. Das wiederum erhöht das Bewusstsein für das Projekt sheeplive.eu.

Im September 2013 hielt sheeplive.eu auch im Bereich des öffentlichen Verkehrswesens Einzug, denn die Spots werden seitdem das ganze Schuljahr über in 50 Bussen in zwei slowakischen Städten gezeigt. Mit dem öffentlichen Verkehrswesen als Präsentationsplattform (Plakate an Bushaltestellen und in Bussen) kann die Thematik der Kindersicherheit im Internet den Eltern und Kindern besser nahegebracht werden.

Es gibt sogar ein eigenes Märchenbuch von sheeplive.eu, das die Eltern zusammen mit ihren Kindern lesen können. Seit Dezember 2013 gehört das Buch zu den Bestsellern einer slowakischen Buchhandlungskette und wurde sogar mit dem Panta Rhei Award für eines der meist verkauften Kinderbücher ausgezeichnet. Die Auszeichnung wurde von einer der größten Buchhandlungen in der Slowakei vergeben.

Slovak Telekom widmet sich schon seit langem intensiv dem Thema Kindersicherheit in der virtuellen Welt und ist davon überzeugt, dass der Jugendmedienschutz vor allem die Vorbeugung, Aufklärung der Eltern über die Gefahren im Internet und Bildungsprogramme für Kinder in Schulen in seinen Mittelpunkt stellen sollte. Slovak Telekom bietet Eltern eigene Überwachungs- und Kontrollmechanismen an, beispielsweise Prepaid SIM-Karten, mit denen ein Kind von seinen Eltern geortet werden kann, oder Kontrollmöglichkeiten, mit denen die Eltern entsprechend dem Alters des Kindes ungeeignete Internetseiten auf verschiedenen Ebenen sperren können. Im Februar 2014 startete Slovak Telekom zudem das Projekt NEHEJTUJ.sk. Ziel des Projekts ist es, Schulen dabei zu unterstützen, intolerantes Verhalten unter Teenagern zu unterbinden.

VORGEHEN GEGEN KINDERPORNOGRAFIE.

Ein rigoroses Vorgehen gegen die Darstellung von Kindesmissbrauch im Internet gehört zum Selbstverständnis der Deutschen Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen. Auf internationaler Ebene verpflichtet sich die Deutsche Telekom seit 2007 im „European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children“ zu einer EU-weiten Bekämpfung der Darstellung von Kindesmissbrauch. Seit 2008 engagiert sie sich zudem in der weltweiten Mobile Alliance, der GSMA, gegen derartige Inhalte.

Anfang 2013 hat die Deutsche Telekom im Rahmen der „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“ sowie der „ICT Coalition for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU“ konkrete Zusagen über die Implementierung von Maßnahmen gemacht und diese im Laufe des Jahres umgesetzt. Im Rahmen der CEO Coalition diskutierten wir unter anderem gemeinsam mit der EU-Kommission, Wettbewerbern und gesellschaftlichen Akteuren weitere Strategien im Kampf gegen kinderpornografische Inhalte. Ein Ergebnis der Kooperation war die Erstellung eines Analysepapiers durch die Industrievereinigung der GSMA. Die Analyse

erhöhte die Transparenz über die unterschiedlichen nationalen Vorgaben und effektiven unternehmensinternen Prozesse. Darüber hinaus zeigte sich im Dialog, dass generell alle beteiligten Mitglieder der GSMA kinderpornografische Inhalte nach Kenntnisnahme zügig von ihren Servern entfernen. Die unterschiedlichen gesetzlichen Regelungen in den europäischen Ländern erlauben zwar keinen EU-weiten Standardprozess zur Identifikation und Verbannung dieser Inhalte aus dem Netz. Dies, so ein Ergebnis des Dialogs, ist jedoch nicht unbedingt ein Hindernis für die effektive Bekämpfung dieser Inhalte.

KUNDENBEZIEHUNGSMANAGEMENT.

Die Bedürfnisse und Meinungen unserer Kunden zu berücksichtigen, gehört zu unserem Selbstverständnis als serviceorientiertes und verantwortungsvolles Unternehmen. Dafür betreiben wir ein umfassendes Kundenbeziehungsmanagement. Wir fördern den Dialog mit unseren Kunden, indem wir ihnen ermöglichen, jederzeit schnell und unkompliziert über verschiedene Kommunikationskanäle mit uns in Kontakt zu treten. Telefonisch sind wir seit 2013 im Inland für alle Festnetz- und Mobilfunk-Kunden rund um die Uhr kostenlos erreichbar. Dies gilt für sämtliche Service-Nummern, auch bei Fragen zu Internet und TV. Eine zunehmend wichtige Rolle spielt auch die Online-Kommunikation: Mehr als 40 Prozent aller Service-Anfragen an die Telekom Deutschland werden heute bereits über unsere übergreifenden Online-Plattformen gelöst. Anfragen und Beanstandungen unserer Kunden werten wir systematisch aus, um tiefere Ursachen zu erkennen und Verbesserungen einzuleiten. Auf diese Weise ist es uns im Zeitraum von 2008 bis 2013 gelungen, die Beschwerderate jährlich um bis zu 20 Prozent zu senken.

MESSBARE ERFOLGE DURCH „K1 – KUNDE ZUERST“.

Mit dem Programm „K1 – Kunde zuerst“ konnten wir 2013 die Kundenzufriedenheit im Privat- und Geschäftskundenbereich erneut verbessern. So ging zum Beispiel die Anzahl der Beschwerden im Festnetz-Bereich im Vergleich zum Vorjahr insgesamt um 10 Prozent zurück. Besonders zufrieden äußerten sich Kunden, die im Rahmen des Projekts „Beschwerdemanagement 2.0“ intensiv durch einen Fallmanager betreut worden waren. Im Vergleich zum allgemeinen Beschwerdemanagement trat hier seltener der Fall auf, dass Kunden sich mehrere Male wegen desselben Problems meldeten.

Zudem führen wir die höhere Kundenzufriedenheit auf zahlreiche im Rahmen von „K1 – Kunde zuerst“ umgesetzte Maßnahmen zurück. Ein Beispiel ist die 2012 entwickelte und im Berichtszeitraum eingesetzte Service-App für DSL-Kunden. Mit ihrer Hilfe können Kunden im Falle einer Störung ihres Breitbandanschlusses selbst eine Fehleranalyse durchführen. Ein weiteres Beispiel ist die Überarbeitung des Sprachportals unserer Service-Hotline im Jahr 2013. Im Juli setzten wir zudem eine Maßnahme zur besseren Betreuung unserer Umzugskunden um. Hier steht unter anderem die Information des Kunden bei Terminverzögerung im Fokus.

Mit dem sogenannten TRI*M-Index messen wir die Kundenbindung und stellen uns einem regelmäßigen Wettbewerbsvergleich. 2013 konnten wir auch hier das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr verbessern: Konzernweit stieg der TRI*M-Index um circa 2,4 Prozent; auch bei der Telekom Deutschland konnten sich die Werte weiter verbessern. Unser Ziel ist es, die Kundenbindung in Deutschland bis zum Jahr 2015 um 10 Prozent gegenüber 2012 zu steigern.

ONLINE-BERATUNG VIA SOCIAL MEDIA.

Unsere „Telekom-hilft“-Kanäle zur Online-Beratung werden sehr gut angenommen: Rund 130000 Menschen ließen sich seit 2010 via Twitter, Facebook oder über die Dialogplattform „Feedback-Community“ von unseren Mitarbeitern beraten (Stand Dezember 2013). In bis zu 95 Prozent der Fälle konnte das Problem gelöst werden. Um spezielle Kundenanliegen, die nicht über unsere Online-Kanäle bearbeitet werden können, kümmern sich unsere speziell geschulten Fallmanager.

Der hohe Nutzungsgrad der Online-Beratung veranlasste uns, die direkte Kommunikation mit unseren Kunden über Social Media noch zu intensivieren. Im Januar 2014 schalteten wir daher die Plattform „Telekom Community“ für unsere Geschäftskunden frei. Diese bietet den Nutzern weitergehende Services wie die Möglichkeit, in geschlossenen Gruppen Fachfragen zu diskutieren oder vorgeschlagene Lösungen mithilfe eines Punktesystems zu bewerten. Ende 2014 soll die Plattform auch für Privatkunden geöffnet werden und langfristig die Feedback-Community ablösen.

DEUTSCHE TELEKOM FÜHREND BEI KUNDENVERTRAUEN.

Die Deutsche Telekom steht an der Spitze der vertrauenswürdigsten deutschen Marken und ist damit führend im Vertrauen der Konsumenten. Nach der aktuellen Studie „Europaan Trusted Brands 2014“ überzeugt sie in den Kategorien „Mobilfunkservice“ und „Internetanbieter“.

Die Studie „Reader's Digest Europaan Trusted Brands“ zählt zu den etablierten und größten Verbraucherstudien in Europa. Sie ermittelt die vertrauenswürdigsten Marken in mehr als 30 verschiedenen Produktkategorien und ohne Vorgabe von Marken. Allein in Deutschland haben 4 882 Befragte repräsentativ für die deutschen Konsumenten ihre vertrauenswürdigsten Marken nach den Kriterien Qualität, Kenntnis der Kundenbedürfnisse, Preis-Leistungs-Verhältnis, Image und Nachhaltigkeit bewertet.

Auch beim Net Promoter Score, der die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden misst, erreichten wir 2013 deutschlandweit Platz eins unter allen Telekommunikationsanbietern (ausgenommen Kabelanbieter).

GESELLSCHAFT.



Die Initiative „Ich kann was!“ macht 50 000 Kinder und Jugendliche stark fürs Leben.

„ICH KANN WAS!“-INITIATIVE

„So unterschiedlich wie die Talente unserer Kinder sind auch die Ausgangsbedingungen für ihre Entfaltung. Mit unserer „Ich kann was!“-Initiative unterstützen wir die gute Arbeit zahlreicher Einrichtungen und Projekte in ganz Deutschland. Auf diese Weise fördern wir Kinder und Jugendliche und tragen zu mehr Chancengerechtigkeit bei.“

Birgit Klesper, Leiterin Group Transformational Change & Corporate Responsibility

Ziel

die Chancen von Kindern und Jugendlichen aus sozial schwierigem Umfeld durch den Erwerb und Ausbau von Schlüsselkompetenzen verbessern.

Erfolg

Seit 2009 wurden 50000 Kinder und Jugendliche erreicht. Im Berichtsjahr förderte die Initiative 136 Kinder- und Jugendprojekte in sozialen Brennpunkten mit einem Fördervolumen von mehr als 500000 Euro. 2013 wurde die „Ich kann was!“-Initiative erstmals als „offizielle Maßnahme“ der UN-Dekade ausgezeichnet.

Umsetzung

Förderung von Projekten und Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit, die sich gezielt an Kinder und Jugendliche zwischen 9 und 14 Jahren richten.



ENGAGEMENT@TELEKOM.

Wir sind überzeugt, dass der ökonomische Erfolg eines Unternehmens heute mehr denn je auch von dessen ökologischer und sozialer Leistung abhängt. Kunden, Investoren, Mitarbeiter und andere Stakeholder erwarten, dass es sich den gesellschaftlichen Herausforderungen stellt und sein Geschäftsmodell daran ausrichtet. Die Telekom versteht sich als Teil der Gesellschaft und übernimmt deshalb auch Verantwortung für gesellschaftliche Belange. Dabei sind es vor allem unsere Mitarbeiter, die unserem Engagement ein Gesicht geben und Verantwortung leben.

MANAGEMENTANSATZ.

Unser Ziel ist es, möglichst vielen Menschen einen Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft zu ermöglichen – nicht nur, indem wir die notwendige ICT-Infrastruktur bereitstellen, sondern auch durch unser vielfältiges gesellschaftliches Engagement. Wir verstehen uns als aktiver Teil der Gesellschaft, der mit zahlreichen Maßnahmen einen Beitrag zu ihrem Wohl leistet. Dabei handeln wir stets im Einklang mit unserer CR-Strategie und den darin definierten Handlungsfeldern.

Insgesamt beruht das gesellschaftliche Engagement der Telekom auf zwei Säulen:

- Corporate Volunteering (Unterstützung unserer Mitarbeiter in ihrem gesellschaftlichen Engagement) & Corporate Giving (unsere Spendentätigkeit)
- Partnerschaftliches Engagement (die Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen im Rahmen langfristiger Partnerschaften)

Sämtliche Aktivitäten bündeln wir unter dem Dach unseres Programms „engagement@telekom“. Bei unserem gesellschaftlichen Engagement arbeiten wir konzernweit eng zusammen und tauschen länderübergreifend Erfahrungen und Best Practices aus.

Den Erfolg unseres gesellschaftlichen Engagements messen wir über unseren CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“. Hierfür setzen wir zwei Parameter aus unseren Umfragen in der Bevölkerung zueinander in Bezug: die Wichtigkeit, die dem gesellschaftlichen Engagement von Unternehmen aktuell zugemessen wird, und die Wahrnehmung der Leistungen der Telekom in diesem Bereich. Wir planen, diesen CR KPI im Jahr 2014 einem Review zu unterziehen.

Corporate Volunteering & Corporate Giving.

Wir legen besonderen Wert darauf, das freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter zu unterstützen. Dies bringt auch uns als Unternehmen Vorteile: Es fördert die Identifikation mit dem Unternehmen und hat positive Effekte auf Sozialkompetenz und Zusammenhalt unserer Beschäftigten. Ein Angebot in diesem Zusammenhang sind unsere Social Days. An

diesem Tag engagieren sich unsere Mitarbeiter für soziale Projekte oder im Umweltschutz. Außerdem haben wir Corporate Volunteering in unsere Aus- und Weiterbildungsprogramme integriert: So fördern wir das Engagement unserer Auszubildenden unter anderem durch den Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“. Jährlich prämiieren wir darin das wirkungsvollste Projekt. Darüber hinaus können Mitarbeiter Fördergelder für eigene Initiativen oder für Projekte, die ihnen besonders am Herzen liegen, erhalten. Die Telekom stellt dafür in Deutschland bis zu 250000 Euro pro Jahr zur Verfügung.

Mit unseren Unternehmensspenden (Corporate Giving) unterstützen wir weltweit die Arbeit gemeinnütziger Organisationen und leisten in Katastrophensituationen schnelle Hilfe. Beispielsweise verbindet uns eine zehnjährige Kooperation mit dem Aktionsbündnis Deutschland Hilft. Die Spendenaktivitäten unseres Unternehmens werden durch die Spendenrichtlinie geregelt. Sie wird international implementiert und nach jeweiligen nationalen Gegebenheiten, wie dem Steuerrecht, adaptiert.

Partnerschaftliches Engagement.

Nicht nur im Bereich Katastrophenhilfe, auch in anderen Bereichen unseres Engagements setzen wir gezielt auf langfristige Kooperationen mit sozialen Organisationen und Initiativen, um noch wirkungsvoller arbeiten zu können. Langjährige Partnerschaften verbinden uns unter anderem mit der Nummer gegen Kummer, der TelefonSeelsorge, der Lebenshilfe, der Deutschlandstiftung Integration, der „Ich kann was!“-Initiative oder der Deutschen Knochenmarkspenderdatei.

CORPORATE VOLUNTEERING UND CORPORATE GIVING IN DEUTSCHLAND.

Im Rahmen der nationalen Umsetzung des Programms „engagement@telekom“ in Deutschland bietet die Telekom ihren Mitarbeitern viele Gelegenheiten, sich projektbezogen zu engagieren. Die Tabelle zeigt anhand von Beispielen einen kleinen Ausschnitt aus unserem vielfältigen Engagement.

CORPORATE VOLUNTEERING – AKTIONEN IM KONZERN.

Auch die internationalen Landesgesellschaften fördern das ehrenamtliche Engagement ihrer Beschäftigten (Corporate Volunteering) und binden ihre Mitarbeiter in ihre entsprechenden Projekte ein.

Corporate Volunteering – Highlights.

Das Projekt „Build a Dream“ der albanischen Telekom-Gesellschaft AMC lief 2013 zum dritten Mal und kombiniert ehrenamtliches Engagement mit Teambuilding. Im Berichtsjahr haben 40 Mitarbeiter in drei Gruppen teilgenommen, die sich im Rahmen eines dreimonatigen Projekts jeweils mit einer speziellen Aufgabe zur Verbesserung der Lebensbedingungen befassten – in einem Waisenhaus, einer Schule für Schüler mit besonderen Bedürfnissen und einem Altersheim. Neun

Anlass	Auszüge aus unseren Aktivitäten 2013
Social Days	2013 fanden allein in Deutschland rund 70 Social Days statt, an denen mehr als 6 600 Mitarbeiter teilnahmen. Beispielsweise führten 20 Nachwuchskräfte der Telekom bei der Bonner Tafel einen Aktionstag für Kinder zum Thema gesunde Ernährung durch.
Telekom-interner Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“	Mit unserem jährlichen internen Wettbewerb <u>„Verantwortung gewinnt!“</u> wollen wir das gesellschaftliche Engagement unserer Auszubildenden fördern und wertschätzen. 2013 fand der Wettbewerb bereits zum fünften Mal statt und wurde erneut sehr gut angenommen. Den ersten Platz belegte ein überregionales Team, das Schülerworkshops zu den Themen Integration, soziale Netzwerke, Internet-Sucht und Cybermobbing erarbeitet hatte.
Hochwasser 2013	Die Telekom spendete für die Opfer der <u>Hochwasserkatastrophe</u> im Sommer 2013 und rief ihre Mitarbeiter in Deutschland ebenfalls dazu auf. So kamen 340 000 Euro zusammen. Darüber hinaus stellte sie Mitarbeiter frei, die sich aktiv im Hochwasserschutz beteiligten.
Aktion „Herzensbilder“	Im Rahmen einer Spendenaktion rief die Telekom dazu auf, Herzmotive zu gestalten, diese zu fotografieren und auf www.telekom.com/herz einzureichen. Pro Teilnehmerbeitrag spendete die Telekom 5 Euro zugunsten von BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“. Im Rahmen einer Spendengala überreichte Thomas Kremer, Vorstand Datenschutz, Recht und Compliance, einen Scheck über eine Million Euro.
9. Woche des bürgerschaftlichen Engagements	Partnerschaftliches Unternehmensengagement und Bürgerbeteiligung waren die Themenschwerpunkte der 9. Woche des bürgerschaftlichen Engagements vom 10. bis 21. September 2013. Unter dem Motto „Engagement macht stark!“ führten dazu bundesweit Bürger, Vereine, Stiftungen oder Unternehmen Hunderte von Hilfsaktionen durch. Unter anderem schulten Telekom-Mitarbeiter zusammen mit Beschäftigten der Stadt Köln mehr als 20 Bewohner von Einrichtungen der Lebenshilfe Bonn im Umgang mit mobilen Endgeräten.
Spenden im Rahmen des „Health Award“ des Kundenservice	Etwas für die Gesundheit tun und gleichzeitig soziale Projekte unterstützen – das war das Ziel des „Health Award“ des Kundenservice 2013. An dem Telekom-internen Teamevent, der bereits zum zweiten Mal durchgeführt wurde, nahmen rund 1 500 Beschäftigte des Kundenservice teil. In kleinen Gruppen führten die Mitarbeiter von Oktober bis Dezember 2013 drei Monate lang eine Gesundheitsmaßnahme durch, die sie in einem Tagebuch dokumentierten. Am Ende bewertete eine Jury die Projekte. Die ersten drei Plätze konnten sich nicht nur über ein Überraschungsevent für das Team freuen – sie erhielten auch einen Geldpreis zwischen 300 und 1 000 Euro zur Spende an ein soziales Projekt ihrer Wahl. Die Mitarbeiter unterstützten damit den Dortmunder Verein „Essen und Lernen in St. Antonius“, den Leipziger Verein „Eltern ans Netz e.V.“ und die Longenburgschule bei Bonn.
Mitarbeiterspenden	Wie in den Vorjahren starteten unsere Mitarbeiter auch in diesem Jahr zahlreiche eigene Spendenaktionen. Beispielsweise spendeten Mitarbeiter der Telekom Kempten 3 000 Euro an die Tom-Mutterschule für geistig Behinderte. In Aachen erfüllten Telekom-Mitarbeiter die Weihnachtswünsche der Kinder und Jugendlichen des Kinderheims Maria im Tann. Telekom-Beschäftigte aus Magdeburg spendeten der Kita der Johanner zwei Lerncomputer im Wert von 600 Euro. Die Kita war durch das Elbe-Hochwasser beschädigt worden.

Geschäftspartner von AMC beteiligten sich ebenfalls an dem Projekt und bewiesen so ihre gemeinsame Verantwortung für die Gesellschaft.

In der Slowakei werden mit dem T-Systems Fund kleine Selbsthilfeprojekte gemeinnütziger Organisationen unterstützt, die von Mitarbeitern von T-Systems ins Leben gerufen wurden. Damit soll den Mitarbeitern die Gelegenheit gegeben werden, kreative und innovative Ideen umzusetzen und durch Bildungs-, Umweltschutz- und Freizeitprojekte zur Entwicklung in den Städten und Gemeinden der östlichen Slowakei beizutragen. Im Rahmen des Projekts „Fun Workout – Joyful and Healthy“ werden beispielsweise die Außenanlagen eines Kindergartens instand gehalten und dann für verschiedene sportliche Aktivitäten genutzt. Mit dem Projekt „We Connect – We Create Community“ sollen Familien in

der unmittelbaren Nachbarschaft in das Leben der Gemeinschaft integriert werden. Finanziert werden dabei verschiedene Aktivitäten für Menschen, die in der Nähe der Zentrale von T-Systems Slovakia leben. Die Mitarbeiter sammelten im Dezember 2013 bei internen Veranstaltungen insgesamt über 680 Euro. T-Systems Slovakia wird im Zeitraum 2013/2014 insgesamt neun Projekte mit 7430 Euro unterstützen.

Geschäftspartner von AMC beteiligten sich ebenfalls an dem Projekt und bewiesen so ihre gemeinsame Verantwortung für die Gesellschaft.

In der Slowakei werden mit dem T-Systems Fund kleine Selbsthilfeprojekte gemeinnütziger Organisationen unterstützt, die von Mitarbeitern von T-Systems ins Leben gerufen wurden. Damit soll den Mitarbeitern die Gelegenheit gegeben werden, kreative und innovative Ideen umzusetzen und durch Bildungs-, Umweltschutz- und Freizeitprojekte zur Entwicklung in den Städten und Gemeinden der östlichen Slowakei beizutragen. Im Rahmen des Projekts „Fun Workout – Joyful and Healthy“ werden beispielsweise die Außenanlagen eines Kindergartens instand gehalten und dann für verschiedene sportliche Aktivitäten genutzt. Mit dem Projekt „We Connect – We Create Community“ sollen Familien in der unmittelbaren Nachbarschaft in das Leben der Gemeinschaft integriert werden. Finanziert werden dabei verschiedene Aktivitäten für Menschen, die in der Nähe der Zentrale von T-Systems Slovakia leben. Die Mitarbeiter sammelten im Dezember 2013 bei internen Veranstaltungen insgesamt über 680 Euro. T-Systems Slovakia wird im Zeitraum 2013/2014 insgesamt neun Projekte mit 7430 Euro unterstützen.

CORPORATE GIVING IN EUROPÄISCHEN LANDESGESELLSCHAFTEN.

Die Telekom engagiert sich weltweit mit Unternehmensspenden (Corporate Giving), um die Arbeit gemeinnütziger Organisationen zu ermöglichen, das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter zu honorieren und in Katastrophensituationen schnelle Hilfe zu leisten.

Geld- und Sachspenden an verschiedene bedürftige Gruppen.

Im Rahmen der Cosmote-Initiative „Custom of Love“ und der Weihnachtskampagne von OTE spendeten die beiden Unternehmen im März 2013 550 000 Euro an 22 gemeinnützige Organisationen, die Kinder in Griechenland unterstützen.

- Die Mitarbeiter der Slovak Telekom konnten beim jährlichen Spendenprogramm „We help the Community“ eine Organisation vorschlagen, die ihrer Meinung nach eine finanzielle Zuwendung erhalten sollte. 2013 spendeten die Mitarbeiter insgesamt 90 000 Euro für soziale Projekte sowie für die Restaurierung historischer Sehenswürdigkeiten.
- Im achten Jahr in Folge veranstaltete T-HT Hrvatski Telekom in Kroatien den gemeinnützigen Wettbewerb „Together We Are Stronger“ und spendete außerdem im September 2013 etwa 71 000 Euro für neun soziale Projekte. Nach der Vorauswahl durch eine Expertenjury und eine Abstimmung unter den Telekom-Mitarbeitern konnte erstmals auch die Öffentlichkeit für ihr bevorzugtes Projekt abstimmen. Insgesamt standen 18 Projekte aus den CR-Handlungsfeldern des Konzerns – „Vernetztes Leben und Arbeiten“, „chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ und „klimafreundliche Gesellschaft“ – zur Auswahl.

Die ungarische Magyar Telekom unterstützte im Jahr 2013 wieder einige soziale Projekte durch ihre Spenden-Hotline „Telekom hello holnap“, über die mehr als 50000 Menschen insgesamt 21000 Euro spendeten.

- T-Mobile Czech Republic rief gemeinnützige Organisationen dazu auf, sich um Zuschüsse aus dem neuen T-Mobile-Fonds „Let's Talk to Each Other“ zu bewerben, und unterstützte insgesamt 34 soziale, kulturelle und Umweltprojekte in einer Größenordnung von 106115 Euro. Zuwendungen gab es beispielsweise für den Verein „Like at Home“ (obdachlose Köche) und für „Brneni“ mit dem Umweltprojekt „Breath Brno“, das sich vorwiegend mit Umwelt- und Gesundheitserziehung befasst.
- 48 Mitarbeiter von T-Mobile Poland erfüllten ehrenamtlich die Träume von 23 unheilbar kranken Kindern. Finanziert wurde dieses Projekt mithilfe der T-Mobile-Sportkampagne „Around the World“ für Firmenmitarbeiter, mit der insgesamt über 19000 Euro gesammelt wurden.
- Außerdem unterstützten 300 Kunden von T-Mobile Czech Republic die Stiftung Dobrý anděl (Guter Engel) durch regelmäßige Spenden per SMS. Der Betrag wird monatlich zusammen mit dem Rechnungsbetrag für die Dienste des Unternehmens eingezogen. 2013 spendeten Kunden insgesamt 6000 Euro an die Stiftung, die Familien, die infolge einer schweren Krankheit in finanzieller Notlage sind, hilft.
- Crnogorski Telekom spendete Fernsehgeräte und ein einjähriges Abonnement für TV-Spezialpakete an 15 öffentliche Kindertagesstätten in 14 montenegrinischen Gemeinden. Außerdem unterstützte Crnogorski Telekom mit der Initiative „Get Involved“ den ersten staatlichen Elektronikwettbewerb für Oberstufenschüler im Mai 2013. Als Anreiz für die Schüler spendete das Unternehmen Mobiltelefone für die Sieger des Wettbewerbs. Die besten drei Teams (mit je drei bis vier Teilnehmern) wurden ausgezeichnet. Der Wettbewerb umfasste zwei Bereiche: einen theoretischen Teil und die praktische Entwicklung elektronischer Schaltkreise.
- 2013 führte T-Systems Mexico eine Recyclingkampagne für Mobiltelefone, Kunststoff und Pappe durch. Damit sollte nicht nur innerhalb des Unternehmens für Recycling geworben werden. Es ging auch um die Unterstützung von Institutionen, die Kindern, die an Nierenerkrankungen leiden oder an Krebs erkrankt sind, mit Nierenerkrankungen und Krebs helfen. Der Erlös aus der Recyclingkampagne 2013 kam der Organisation Nueva Esperanza und dem Hospital del Niño Poblano zugute. Außerdem wurde der Erlös aus den Verkaufautomaten am Sitz des Unternehmens für diese Zwecke gespendet. Das Gesamtspendenaufkommen im Jahr 2013 belief sich auf 4 961 Euro und wurde für die Behandlung von 229 krebserkrankten Kindern verwendet.
- AMC, die albanische Tochtergesellschaft von OTE, spendete im Mai 2013 einen Echokardiografen an das Kinderkrankenhaus in Tirana. Das Gerät wird pro Jahr bei 3000 Patienten eingesetzt und wurde aus Einnahmen durch den SMS-Versand am Silvesterabend im Rahmen der Kampagne „SMS of Love“ finanziert.
- Im Oktober 2013 spendete Crnogorski Telekom 5000 Euro an ein Krankenhaus in Montenegro für die Anschaffung einer Mammografie-Einheit.

Telekom Landesgesellschaft Corporate Volunteering – Aktionen im Konzern.

Albania (AMC)	Erfolgreiche Strandreinigung bei Divjaka. Zu Beginn der Tourismussaison beteiligten sich mehr als 100 Mitarbeiter von AMC an einer Aktion zur Reinigung des Strands bei Divjaka. In Zusammenarbeit mit den kommunalen Behörden säuberten sie einen Tag lang einen ansehnlichen Küstenabschnitt und demonstrierten so Verantwortung für die Umwelt.
Czech Republic (T-Systems Czech Republic)	Saturday Session. Im Juni 2013 organisierte T-Systems Czech Republic eine „Saturday Session“ im Rahmen des Programms „Connect the Unconnected“, an der zehn ehrenamtliche Mitarbeiter, 250 Stiefeltern und 60 Kinder aus sozial benachteiligten Familien teilnahmen. Dabei wurden eine Baumpflanzaktion, ein Wettbewerb für die Kinder und ein Workshop zum Thema „Sicheres Internet für Kinder“ veranstaltet.
Greece (OTE & Cosmote)	Spenden ist die beste Medizin. Über 1 000 Mitarbeiter von OTE und Cosmote spendeten mehr als 6 000 Medikamente und 2 000 medizinische Bedarfsartikel an den Standorten Athen, Thessaloniki, Patras und Heraklion auf Kreta. Die Spenden wurden an griechische medizinische Hilfsorganisationen übergeben, die anhand ihres dokumentierten Bedarfs für die Aktion ausgewählt wurden. Am Weltumwelttag im Juni 2013 beteiligten sich 2 000 Mitarbeiter und ihre Familien in ganz Griechenland an ehrenamtlichen Aktionen des Unternehmens. Dabei wurden unter anderem Bäume gepflanzt, Strände, Seen und Wälder gesäubert und Abfall gesammelt.
Hungary (Magyar Telekom)	Ehrenamtliches Engagement. Im Lauf des Jahres leisteten 662 Mitarbeiter 5 204 Stunden ehrenamtlicher Arbeit, was theoretisch einer Spende von über 99 000 Euro an die Gesellschaft gleichkommt. Die Mitarbeiter engagierten sich unter anderem bei Hilfsaktionen im Zusammenhang mit Teambuildingmaßnahmen, im Bildungsprojekt „Mobile School“ und bei Internet-Schulungen im Rahmen des Programms „Digital Bridge“.
Romania (Cosmote)	Baumpflanzaktion „Adopt a Forest“. Cosmote Romania setzte das 2009 gestartete Projekt „Adopt a Forest“ fort. Im Jahr 2013 wurden in der Nähe der Stadt Ploiesti rund 7 000 Bäume von 76 Freiwilligen gepflanzt. 2 436 dieser Bäume wurden entsprechend der Anzahl der Mobiltelefone und Zubehörteile gepflanzt, die 2013 über die Aktion „I Love Recycling“ eingesammelt wurden.
Romania (Romtelecom)	Pflanzaktion Forest Cross Dolce Sport & Poroschia. Im Rahmen eines Projekts, das Sport, die Umwelt und ehrenamtliche Arbeit miteinander verbindet, organisierte Romtelecom einen Waldlauf und eine Spendenaktion für die Wiederaufforstung von entwaldeten Gebieten in Rumänien. Mitarbeiter von Romtelecom und Freiwillige des Vereins ViitorPlus pflanzten insgesamt 2 000 junge Bäume.
Slovakia (Slovak Telekom)	Ehrenamtliches Engagement. 2013 pflanzten 40 Mitarbeiter von Slovak Telekom 600 junge Bäume in der Hohen Tatra, einer Gebirgsregion, die seit den verheerenden Stürmen im Jahr 2004 durch das Unternehmen unterstützt wird. Allein in den vergangenen drei Jahren haben Mitarbeiter 1 600 Bäume gepflanzt und Gebirgswege über große Strecken gesäubert.
Slovakia (T-Systems)	Ehrenamtliches Engagement. Von Juni bis Oktober 2013 beteiligten sich mehr als 100 Mitarbeiter von T-Systems Slovakia (darunter auch Mitglieder der Geschäftsführung) an ehrenamtlichen Aktivitäten, beispielsweise durch die Arbeit in einem Nationalpark und einem Umweltzentrum oder durch Renovierungsarbeiten für verschiedene gemeinnützige Organisationen.
USA (T-Mobile)	Corporate-Volunteering-Programm „Huddle Up“. Im Rahmen des landesweiten Programms „Huddle Up“ von T-Mobile beteiligten sich im Jahr 2013 mehr als 1 700 Mitarbeiter ehrenamtlich an Renovierungsarbeiten in 15 Freizeiteinrichtungen für Kinder und Jugendliche.

CORPORATE GIVING IN EUROPÄISCHEN LANDESGESELLSCHAFTEN.

Die Telekom engagiert sich weltweit mit Unternehmensspenden (Corporate Giving), um die Arbeit gemeinnütziger Organisationen zu ermöglichen, das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter zu honorieren und in Katastrophensituationen schnelle Hilfe zu leisten.

Geld- und Sachspenden an verschiedene bedürftige Gruppen.

- Im Rahmen der Cosmote-Initiative „Custom of Love“ und der Weihnatskampagne von OTE spendeten die beiden Unternehmen im März 2013 550000 Euro an 22 gemeinnützige Organisationen, die Kinder in Griechenland unterstützen.
- Die Mitarbeiter der Slovak Telekom konnten beim jährlichen Spendenprogramm „We help the Community“ eine Organisation vorschlagen, die ihrer Meinung nach eine finanzielle Zuwendung erhalten sollte. 2013 spendeten die Mitarbeiter insgesamt 90 000 Euro für soziale Projekte sowie für die Restaurierung historischer Sehenswürdigkeiten.
- Im achten Jahr in Folge veranstaltete T-HT Hrvatski Telekom in Kroatien den gemeinnützigen Wettbewerb „Together We Are Stronger“ und spendete außerdem im September 2013 etwa 71000 Euro für neun soziale Projekte. Nach der Vorauswahl durch eine Expertenjury und eine Abstimmung unter den Telekom-Mitarbeitern konnte erstmals auch die Öffentlichkeit für ihr bevorzugtes Projekt abstimmen. Insgesamt standen 18 Projekte aus den CR-Handlungsfeldern des Konzerns – „Vernetztes Leben und Arbeiten“, „chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ und „klimafreundliche Gesellschaft“ – zur Auswahl.
- Die ungarische Magyar Telekom unterstützte im Jahr 2013 wieder einige soziale Projekte durch ihre Spenden-Hotline „Telekom hello holnap“, über die mehr als 50000 Menschen insgesamt 21000 Euro spendeten.
- T-Mobile Czech Republic rief gemeinnützige Organisationen dazu auf, sich um Zuschüsse aus dem neuen T-Mobile-Fonds „Let’s Talk to Each Other“ zu bewerben, und unterstützte insgesamt 34 soziale, kulturelle und Umweltprojekte in einer Größenordnung von 106115 Euro. Zuwendungen gab es beispielsweise für den Verein „Like at Home“ (obdachlose Köche) und für „Brneni“ mit dem Umweltprojekt „Breath Brno“, das sich vorwiegend mit Umwelt- und Gesundheitserziehung befasst.
- 48 Mitarbeiter von T-Mobile Poland erfüllten ehrenamtlich die Träume von 23 unheilbar kranken Kindern. Finanziert wurde dieses Projekt mithilfe der T-Mobile-Sportkampagne „Around the World“ für Firmenmitarbeiter, mit der insgesamt über 19000 Euro gesammelt wurden.
- Außerdem unterstützten 300 Kunden von T-Mobile Czech Republic die Stiftung Dobrý anděl (Guter Engel) durch regelmäßige Spenden per SMS. Der Betrag wird monatlich zusammen mit dem Rechnungsbetrag für die Dienste des Unternehmens eingezogen. 2013 spendeten Kunden insgesamt 6000 Euro an die Stiftung, die Familien, die infolge einer schweren Krankheit in finanzieller Notlage sind, hilft.
- Crnogorski Telekom spendete Fernsehgeräte und ein einjähriges Abonnement für TV-Spezialpakete an 15 öffentliche Kindertagesstätten in 14 montenegrinischen Gemeinden. Außerdem unterstützte Crnogorski Telekom mit der Initiative „Get Involved“ den ersten staatlichen Elektronikwettbewerb für Oberstufenschüler im Mai 2013. Als Anreiz für die Schüler spendete das Unternehmen Mobiltelefone für die Sieger des Wettbewerbs. Die besten drei Teams (mit je drei bis vier Teilnehmern) wurden ausgezeichnet. Der Wettbewerb umfasste zwei Bereiche: einen theoretischen Teil und die praktische Entwicklung elektronischer Schaltkreise.
- 2013 führte T-Systems Mexico eine Recyclingkampagne für Mobiltelefone, Kunststoff und Pappe durch. Damit sollte nicht nur innerhalb des Unternehmens für Recycling geworben werden. Es ging auch um die Unterstützung von Institutionen, die Kindern, die an Nierenerkrankungen leiden oder an Krebs erkrankt sind, mit Nierenerkrankungen und Krebs helfen. Der Erlös aus der Recyclingkampagne 2013 kam der Organisation Nueva Esperanza und dem Hospital del Niño Poblano zugute. Außerdem wurde der Erlös aus den Verkaufsautomaten am Sitz des Unternehmens für diese Zwecke gespendet. Das Gesamtspendenaufkommen im Jahr 2013 belief sich auf 4 961 Euro und wurde für die Behandlung von 229 krebskranken Kindern verwendet.
- AMC, die albanische Tochtergesellschaft von OTE, spendete im Mai 2013 einen Echokardiografen an das Kinderkrankenhaus in Tirana. Das Gerät wird pro Jahr bei 3000 Patienten eingesetzt und wurde aus Einnahmen durch den SMS-Versand am Silvesterabend im Rahmen der Kampagne „SMS of Love“ finanziert.
- Im Oktober 2013 spendete Crnogorski Telekom 5000 Euro an ein Krankenhaus in Montenegro für die Anschaffung einer Mammografie-Einheit.
- Die Mitarbeiter der T-Systems Iberia spendeten im Mai 2013 insgesamt 912 Kilogramm Lebensmittel, während Crnogorski Telekom die Initiative „They Need Our Help“ der montenegrinischen Tafel durch eine Spende von 500 Kilogramm Lebensmittel für bedürftige Familien unterstützte.

Weihnachtsaktionen.

T-Mobile Poland, die polnische Landesgesellschaft der Telekom, verschickte im Dezember 2013 eine „Traumkarte“ zu Weihnachten an Geschäftspartner und Mitarbeiter. Jeder Empfänger konnte den Traum eines Kindes auswählen, und die daraufhin gespendeten Beträge gingen an die Stiftung „Make a Wish“, die unheilbar kranken Kindern ihre Träume erfüllt. Insgesamt kamen auf diese Weise 22150 Euro zusammen.

Im Berichtsjahr verzichtete T-Mobile Austria auf Weihnachtsgeschenke an Geschäftspartner und unterstützte stattdessen das Engagement der Selbsthilfeorganisation DEBRA Austria – Hilfe für die Schmetterlingskinder. Zudem tourte in der Weihnachtszeit ein mobiler T-Mobile-Punschstand durch Österreich, um Spenden für die Schmetterlingskinder zu sammeln. „Schmetterlingskinder“ nennt DEBRA Menschen, deren Haut aufgrund einer schweren Krankheit so verletzlich ist wie die Flügel eines Schmetterlings: Schon bei geringsten Belastungen bildet die Haut schmerzhaft Blasen oder reißt ganz.

Wanderungen und Läufe für gemeinnützige Zwecke.

- Im Rahmen der Kampagne „Hilfe nach Kilometern“ von T-Mobile Poland wurde gemessen, wie viele Kilometer die Teilnehmer laufend, mit dem Fahrrad, auf Rollerskates oder bei Wanderungen absolvierten. Behinderte Menschen in Rollstühlen und Handbikes konnten ebenfalls teilnehmen. Für die Anmeldung mussten die Teilnehmer lediglich eine Endomondo-App installieren und immer dann einschalten, wenn sie körperlich aktiv waren. Bis zum Ende der Kampagne hatten mehr als 250000 Teilnehmer über 40 Millionen Kilometer zurückgelegt, und T-Mobile Poland spendete 230000 Euro für behinderte Kinder über die Stiftung „You Are Not Alone“.
- Die montenegrinische Crnogorski Telekom lud ihre Kunden zu einer traditionellen Wanderung im Oktober ein, dem „National Breast Cancer Awareness Month“ in Montenegro. 200 Menschen nahmen an der Wanderung teil.
- Auf dem Spendenprogramm von Magyar Telekom in Ungarn stand auch der 28. Telekom Vivicitá ProCity Run in Budapest im April 2013. Magyar Telekom gab Budapester Schulen, die am Vivicitá-Lauf teilnahmen, die Möglichkeit, Gemeinschaftsgärten anzulegen, in denen Kinder einen nachhaltigen Lebensstil und das Prinzip der Nachhaltigkeit im Allgemeinen kennenlernen können.

ZUSAMMENARBEIT MIT KOOPERATIONSPARTNERN IN DEUTSCHLAND.

siehe Grafik S. 115

LEBENDIGE PARTNERSCHAFTEN INTERNATIONAL.

Engagement für Hörbehinderte in der Slowakei.

Zusammen mit der Pontis Foundation, die sich seit Langem mit einer Vielzahl von Programmen für Hörbehinderte einsetzt, unterstützt Slovak Telekom weiterhin ein zweijähriges betriebswirtschaftliches Unterrichtsprogramm an einer weiterführenden Schule für hörbehinderte Kinder. Hier lernen die Schüler praktisch, wie man ein Unternehmen gründet, sowie betriebswirtschaftliche Grundlagen.

Während der Internationalen Woche der Hörbehinderten vom 23. bis 29. September 2013 organisierte Slovak Telekom verschiedene Aktionen. Dazu gehörte unter anderem eine neue Kampagne, die durch die Stummfilme des frühen 20. Jahrhunderts inspiriert war, sowie eine Auf-führung mit hörbehinderten Schauspielern des Theaters Silent Sparks. Damit sollte gezeigt werden, dass Hörbehinderte, die vor einem Jahr-hundert Stars hätten sein können, heute Stars bei Slovak Telekom sind. Das Symbol „ILY“ (I Love You) wurde – wie bereits im Vorjahr – in die Kampagne einbezogen und kennzeichnet jedes Telekom Center, in dem ein Mitarbeiter die Grundlagen der Zeichensprache beherrscht. Am 24. September 2013 organisierten Slovak Telekom und die Pontis Foundation einen Tag der offenen Tür an der Schule für Hörbehinderte. Dabei sollten der Öffentlichkeit die Fähigkeiten hörbehinderter Men-schen in verschiedenen Bereichen wie Frisieren, Gartenarbeiten, Floris-tik, Nähen von Decken und Kissen sowie grafisches Design nahege-bracht werden. Am Tag der offenen Tür konnten die hörbehinderten Schüler einer von Slovak Telekom geförderten musiktherapeutischen Klasse auch ihre Fertigkeiten am Schlagzeug beweisen. Andere Schüler führten Tänze vor und brachten ein kurzes Theaterstück auf die Bühne.

Außerdem bot sich den Besuchern die Gelegenheit, die Anfangsgründe der Zeichensprache zu erlernen. Mobile Lehrer waren anwesend, um mit den Familien zu sprechen. Außerdem unterstützt das Unternehmen wei-terhin gemeinsam mit der Pontis Foundation und unter der Schirmherr-schaft des Endowment Fund Telekom die Einrichtung Velký Slavkov, ein betreutes Haus für junge Männer aus Waisenhäusern, die auf sich allein gestellt sind, sobald sie 18 werden. Hier werden sie beim Einstieg ins Berufsleben und dem Start ins eigene Leben begleitet. Im Jahr 2013 half Slovak Telekom der Einrichtung, einen landwirtschaftlichen Betrieb aufzubauen, der auch behinderten jungen Männern eine Arbeitsmög-lichkeit bietet.

Gemeinsame Kampagne von UNICEF und der Stiftung T-Mobile for Macedonia.

Im November 2013 haben das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen (UNICEF) und die Stiftung T-Mobile for Macedonia eine zwölfmonatige Kampagne unter dem Titel „The First Five Are the Most Important“ ins Leben gerufen. Ziel der Kampagne ist es, die Bedeutung der Entwick-lung in der frühen Kindheit hervorzuheben und Unterstützung für die Eröffnung neuer Einrichtungen für frühkindliche Entwicklung zu mobili-sieren. Diese Kampagne soll das Bewusstsein für die Bedeutung der Ernährung und verantwortungsvollen Fürsorge in einer sicheren und sti-mulierenden Umgebung während der ersten fünf Lebensjahre steigern. Die Förderung einer gesunden körperlichen, sozialen, emotionalen und kognitiven Entwicklung in diesen Jahren ist von höchster Bedeutung. Um die Schere zwischen urbanen und ländlichen Gebieten, in denen es viel zu wenige Kindergärten gibt, zu schließen, werden in den Gemein-den mit dem größten Bedarf neue Einrichtungen für frühkindliche Ent-wicklung gebaut. Eine erste Spende der Stiftung T-Mobile for Macedo-nia in Höhe von 50000 US-Dollar wird für den Bau von acht Einrichtun-gen verwendet, die 2014 fertiggestellt werden sollen.

Internationale Blutspendeaktionen.

In den internationalen Landesgesellschaften wurden 2013 erneut zahlreiche Blutspendeaktionen durchgeführt.

- T-Mobile & T-Systems Austria: 235 Mitarbeiter
- T-Systems Czech Republic: 8 Mitarbeiter
- Magyar Telekom: 1474 Mitarbeiter
- Makedonski Telekom: 160 Mitarbeiter
- Crnogorski Telekom: etwa 50 Mitarbeiter
- Romtelecom: etwa 90 Mitarbeiter
- T-Systems Slovakia: 73 Mitarbeiter
- T-Systems Iberia: 222 Mitarbeiter
- Telekom Deutschland: 630 Mitarbeiter
- T-Mobile USA: 482 Mitarbeiter

HILFE IM KATASTROPHENFALL.

Im zehnten Jahr ihrer Kooperation mit dem Aktionsbündnis Deutschland Hilft initiierte die Deutsche Telekom 2013 zwei Spendenaktionen im konkreten Katastrophenfall.

So ermöglichte sie eine Spende von mehr als 340000 Euro für die Opfer des Hochwassers in Deutschland und einigen Nachbarländern. Tage-langer Dauerregen hatte Anfang Juni die Flüsse über die Ufer treten lassen, tausende Menschen mussten evakuiert werden. Um den Betrof-fenen schnell helfen zu können, spendete die Telekom im Rahmen der

Soforthilfe zunächst 50000 Euro. Die restliche Summe wurde im Rahmen einer Spendenaktion gesammelt, bei der die Telekom Mitarbeiter spenden verdoppelte. Zudem wurde mobile Ersatztechnik zur Verfügung gestellt, um Helfer und Betroffene zu vernetzen. So wurde sichergestellt, dass sich die Helfer über Mobil- und Festnetz untereinander abstimmen konnten. Außerdem wurden Interimsverkaufsstellen eingerichtet, um vom Hochwasser Betroffene mit Ersatzhandys zu versorgen. Mitarbeiter aus Deutschland, der Tschechischen Republik, Österreich und Ungarn packten freiwillig mit an und befüllten Sandsäcke. Insgesamt setzten sich mehr als 2900 Mitarbeiter vor Ort bei der Hochwasserhilfe ein und wurden dafür von der Telekom freigestellt.

Ebenfalls mit einer Sofortspende und einer anschließenden Spendenaktion unterstützte die Telekom die Opfer des Taifuns Haiyan auf den Philippinen. Hier wurden insgesamt 150000 Euro gesammelt.

KATASTROPHENHILFE AUF BREITER EBENE WELTWEIT.

Heftige Regenfälle verursachten im Juni 2013 ein schweres Hochwasser in Mitteleuropa. Zahlreiche Mitarbeiter aus den Landesgesellschaften in betroffenen Gebieten setzten sich für die Opfer des Hochwassers ein.

- T-Mobile Austria unterstützte die Opfer des Hochwassers 2013 durch Spendenaufrufe. Über die Website, auf Facebook und im
- Intranet rief das Unternehmen dazu auf, zugunsten der Hochwasseropfer an das Österreichische Rote Kreuz zu spenden.
- In Ungarn beteiligten sich etwa 100 Mitarbeiter von Magyar Telekom an den Hochwasserschutzarbeiten in Budapest und der umliegenden Region, und das Unternehmen unterstützte die nationale
- Telefonspendenaktion für die Flutopfer.
- 200 Mitarbeiter von T-Mobile Czech Republic halfen ehrenamtlich bei der Beseitigung der Hochwasserschäden in vielen Gebieten des Landes. Außerdem stellte das Unternehmen finanzielle Unterstützung, Mobiltelefone mit kostenlosen Tarifen und Tablets mit kostenlosem Internet-Zugang für Kunden, die vom Hochwasser betroffen waren, sowie für die Organisatoren der ehrenamtlichen Arbeit bereit.
- 17 Mitarbeiter von T-Systems Czech Republic halfen mit, den Prager Zoo nach dem Hochwasser zu reinigen und den vom Hochwasser betroffenen gemeinnützigen Partnerorganisationen wurde Computerausrüstung im Wert von 4000 Euro zur Verfügung gestellt.

Die durch den Taifun auf den Philippinen verursachten Zerstörungen lösten eine massive Reaktion der Landesgesellschaften der Telekom aus.

- T-Mobile Poland rief in einer Intranet-Botschaft seine etwa 5000 Mitarbeiter zur Hilfe auf. Außerdem konnte jeder Mitarbeiter Geld an die polnische UNICEF-Organisation spenden, um die Nothilfe auf den Philippinen zu unterstützen.

- Im November 2013 half T-Mobile USA ihren Kunden, ihre Familien und Freunde auf den Philippinen zu erreichen und mit ihnen in Verbindung zu bleiben. Alle Anrufe und SMS-Nachrichten über das Netz von T-Mobile auf die Philippinen und im Land selbst waren vom 8. bis 30. November kostenlos. Dies betraf auch Roaming-Entgelte für Kunden, die sich auf den Philippinen aufhielten.
- Nach dem Taifun Haiyan unterstützte T-Mobile Austria die Volkshilfe Österreich im Zuge der langjährigen Partnerschaft bei der Spendenwerbung. Über die Unternehmenshomepage sowie über die Social-Media-Kanäle Facebook und Twitter, denen bereits rund 86500 Menschen folgen, wurden Spendenaufrufe zugunsten der Opfer auf den Philippinen gestartet.

ZUSAMMENARBEIT MIT KOOPERATIONSPARTNERN IN DEUTSCHLAND.

Kooperationspartner	Leistung der Telekom	Beispiele für die Zusammenarbeit im Berichtszeitraum
Aktionsbündnis Deutschland Hilft	Soforthilfe, Wiederaufbauhilfe und Prävention sowie Mitarbeiterspenden	Als zuverlässiger Partner unterstützen wir bereits seit 2003 das Aktionsbündnis Deutschland Hilft . Bei der Hochwasserkatastrophe von Elbe und Donau im Juni 2013 haben wir zum Beispiel mobile Ersatztechnik zur Verfügung gestellt, um Helfer und Betroffene zu vernetzen. Allein in Deutschland spendeten wir gemeinsam mit Kunden und Mitarbeitern für Hilfsmaßnahmen mehr als 340 000 Euro. Für die Opfer des Wirbelsturms Haiyan auf den Philippinen im November 2013 wurden insgesamt 150 000 Euro gesammelt.
Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) e.V.	Verschiedene Projekte zum Thema "Senioren und Internet"	Gemeinsam mit der BAGSO führen wir schon seit 2001 vielfältige Projekte für Senioren durch. Im Oktober 2013 besuchten 30 Senioren-Technik-Botschafter die T-Gallery in der Bonner Zentrale der Deutschen Telekom. Dort tauschten sie sich über seniorengerechte Technik aus. Auf der BAGSO-Fachtagung "Internet ohne (Alters-)Grenzen" am 16. Oktober 2013 in Bonn gab die Telekom einen Workshop zum Thema "Mobil ins Internet – Tablet-PC und Smartphone".
Bundesverband Deutsche Tafel e.V.	Geldspenden und aktive ehrenamtliche Unterstützung durch Mitarbeiter	Mit den Tafeln verbindet uns eine fünfjährige Partnerschaft. Mitarbeiter der Telekom unterstützen auch 2013 die Tafeln ehrenamtlich und halfen z.B. beim Gemüsesammeln oder packten Lebensmittelpäckchen. Darüber hinaus wurde der Telekom zum vierten Mal in Folge der "Bundestafelteller" verliehen.
Bundesvereinigung "Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V."	Ehrenamtliche Einsätze von Mitarbeitern im Rahmen von "engagement@telekom" sowie "Verantwortung gewinnt"	Bereits seit 2010 engagieren wir uns für die Bundesvereinigung "Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.". Telekom-Mitarbeiter der Unternehmenszentrale in Bonn schulten im September 2013 während der Woche des bürgerschaftlichen Engagements über 20 Bewohner von Einrichtungen der Lebenshilfe Bonn im Umgang mit mobilen Endgeräten.
Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS)	Regelmäßige Knochenmarktstypisierungen für Mitarbeiter	Unsere Kooperation mit der Deutschen Knochenmarkspenderdatei feiert 2013 ihr 20-jähriges Bestehen. Anlässlich des Jubiläums wurden im Januar 2014 neun Lebensretter geehrt. Seit Beginn der Zusammenarbeit ließen sich bereits mehr als 8 000 Mitarbeiter typisieren.
Deutsche Umwelthilfe	Förderung von Naturschutzprojekten mithilfe von Handy-Rücknahme-Initiativen (handysfuerdieumwelt.de)	Seit dem Jahr 2000 haben wir gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe weitreichende Maßnahmen für Umwelt und Naturschutz angestoßen. 2013 wurden in Deutschland 167 232 Handys und Smartphones eingesammelt. Spenden aus den Handy-Rücknahmen kamen den Naturschutzprojekten der Netzwerke "Lebendige Flüsse" und "Lebendige Wälder" zugute.
Deutscher Behindertensportverband und Deutscher Fußball-Bund	Regelmäßige Projekttage unter dem Motto "Neue Sportlerführung"	Über unsere Partnerschaft mit dem Deutschen Behindertensportverband (DBS) unterstützen wir den paralympischen Sport. Seit 2009 arbeiten wir im Rahmen des Förderprojekts "Neue Sportlerführung" mit dem DBS und dem Deutschen Fußball-Bund zusammen. Im Rahmen des Projekts hatten beispielsweise im Oktober 2013 Nachwuchskicker der FC Germania Dürwiß die Gelegenheit, sich im Blindenfußball zu versuchen.
Deutsches Rotes Kreuz (DRK)	Blutspendeaktionen	Bereits seit 1985 sind wir Partner des DRK-Blutspendedienstes. Mehr als 630 Mitarbeiter spendeten im Berichtszeitraum Blut.
Ein Herz für Kinder	Verschiedene Spendenaktionen	Von 2011 bis 2013 unterstützte die Telekom "Ein Herz für Kinder" im Rahmen einer dreijährigen Kooperation mit vielen besonderen Aktionen. Unter dem Motto "Zeig Dein Herz für Kinder" lief die Telekom 2013 dazu auf, "Herzsbilder" zu erstellen und einzureichen. Für jedes Herzensbild spendete die Deutsche Telekom 5 Euro. Im Rahmen einer Spendengala überreichte Thomas Kremer, Vorstand Datenschutz, Recht und Compliance, einen Scheck über eine Million Euro.
Enactus	Führungskräfte des Unternehmens stehen den Enactus-Studierenden beratend zur Seite	2009 startete das Center for Strategic Projects (CSP) der Telekom eine Partnerschaft mit dem internationalen Studierenden Netzwerk Enactus . Führungskräfte der Telekom unterstützen die Initiative auf vielfältige Weise. Sechs Kollegen coachten beispielsweise Studierende beim Enactus-Projekt "Die intelligente Steckdose – Standby Bye", mit dessen Hilfe sich Geräte im Stand-by-Modus selbstständig abschalten.
Friedrich-Ebert-Gymnasium, Bonn	Ehrenamtliche und finanzielle Unterstützung	In acht Kooperationsjahren haben wir viele gemeinsame Projekte mit dem Friedrich-Ebert-Gymnasium in Bonn durchgeführt. Die Telekom unterstützte 2013 die Projektwoche "Unterwegs im Internet". Außerdem leistete sie einen finanziellen Zuschuss für die Anschaffung eines Whiteboard (elektronische Tafel) für das Projekt "EULE – Schüler unterrichten Senioren".
"Geh' Deinen Weg" der Deutschlandstiftung Integration	Inhaltliche Ausgestaltung und Technologiepartnerschaft des Stipendiaten- und Mentoring-Programms	Seit seiner Gründung im Januar 2012 unterstützen wir das Stipendiaten- und Mentoring-Programm "Geh' Deinen Weg" der Deutschlandstiftung Integration. Personalarbeit Marion Schick und Führungskräfte der Telekom engagierten sich als Mentoren. Im Dezember 2013 führte die Telekom mit acht "Geh' Deinen Weg"-Stipendiaten ein eintägiges, exklusives Bewerbertraining durch.
"Ich kann was"-Initiative	Förderung von Kinder- und Jugendprojekten	Mit der "Ich kann was"-Initiative setzen wir uns seit 2009 für mehr Chancengleichheit von Kindern und Jugendlichen in Deutschland ein. Die Initiative förderte im Berichtsjahr 136 Kinder- und Jugendprojekte in sozialen Brennpunkten mit mehr als 500 000 Euro.
intra bonn gemeinnützige GmbH	Schulungen zur Handy- und Internet-Nutzung, zum Beispiel für Menschen mit geistiger Behinderung	Am Internationalen Tag des Ehrenamts 2013 stellten die Telekom und intra bonn überarbeitete Schulungsunterlagen in "Leichter Sprache" [Link] vor. Sie machen es geistig Behinderten oder Menschen mit Lernschwierigkeiten einfacher, an Medienkompetenzschulungen teilzunehmen.
Straßenkinder e.V.	Ehrenamtliche Unterstützung des Projekts "BooleKids" für Kinder und Jugendliche aus Berlin-Marzahn	Gemeinsam mit Straßenkinder e.V. verwirklichen wir seit 2011 zahlreiche Projekte, zum Beispiel zur Steigerung der Medienkompetenz. Mitarbeiter der Telekom halfen unter anderem im Zuge der 9. Woche des bürgerschaftlichen Engagements im September 2013 tatkräftig bei Renovierungsarbeiten mit und unterstützten die Mitarbeiter des Vereins bei der Hausaufgabenbetreuung der Kinder und Jugendlichen.
Teachtoday	Bereitstellung von Informationen für Schüler, Eltern und Lehrer zur sicheren Nutzung von ICT	Teachtoday Deutschland ist eine Initiative zur Förderung von Medienkompetenz von Schülern, Lehrern und Eltern, die im Jahr 2008 von der Deutschen Telekom mitgegründet wurde. Im Teachtoday-Workshop "Soziale Netzwerke" im Oktober 2013 diskutierte der Vorstand Datenschutz & Compliance der Telekom mit Schülerinnen und Schülern des Werner-Heisenberg-Gymnasiums in Leipzig über das Spannungsfeld Privatsphäre, Datenschutz & soziale Netzwerke.
TelefonSeelsorge	Bereitstellung von kostenfreien Rufnummern und speziellen Service-Angeboten, ehrenamtliches Engagement der Telekom-Mitarbeiter	Seit 1997 stellt die Telekom für Anrufer und Organisatoren bei der TelefonSeelsorge die beiden Rufnummern 0800/1110111 und 0800/1110222 aus Mobil- und Festnetz kostenlos zur Verfügung. Zusätzlich engagieren sich Mitarbeiter ehrenamtlich.
Verein "Nummer gegen Kummer"	Bereitstellung von kostenfreien Rufnummern und speziellen Service-Angeboten, ehrenamtliches Engagement der Telekom-Mitarbeiter	Seit mehr als 20 Jahren unterstützt die Deutsche Telekom die Arbeit des Vereins "Nummer gegen Kummer" sowohl finanziell als auch mit technischem Know-how. Die Telekom übernimmt sämtliche Verbindungskosten sowie die technische Umsetzung des Routings und der Anonymisierung der Anrufe bzw. Internet-Anfragen.

BILDUNGSENGAGEMENT.

In unserem breit angelegten Engagement für den Kompetenzerwerb kommender Generationen sehen wir einen Schlüssel für den langfristigen Erfolg unseres Unternehmens. Auch über unsere Unternehmensgrenzen hinweg setzen wir uns für Bildungsprojekte ein.

Bildung ist die Grundlage für die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft. Wer neue Medien nutzen will, muss den Umgang mit ihnen sicher und selbstbewusst beherrschen. Als ICT-Anbieter erwächst uns hieraus eine besondere Verantwortung: Die Telekom kann sowohl mit ihren Technologien als auch mit ihrem Know-how einen wesentlichen Beitrag dazu leisten, möglichst vielen Menschen die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft zu ermöglichen.

MANAGEMENTANSATZ.

Als einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland investieren wir in die Qualifikation junger Menschen. Ein wichtiges Element der Ausbildung ist die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung, die wir unter anderem im Rahmen des Wettbewerbs „Verantwortung gewinnt!“ fördern.

Auch über unsere Unternehmensgrenzen hinweg setzen wir uns für den Kompetenzerwerb der kommenden Generationen ein. Zu den Schwerpunkten unseres Bildungsengagements gehören der Aufbau von Medienkompetenz und die Wissensvermittlung in den sogenannten MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik). Die Deutsche Telekom Stiftung hat sich der Förderung von Bildung und Wissenschaft in den MINT-Fächern verschrieben. Das Engagement der Stiftung, die mit einem Stiftungskapital von 150 Millionen Euro zu den größten deutschen Unternehmensstiftungen gehört, reicht von der Vorschulbildung bis zum Begabtenstipendium.

Wissenschaftlichen Nachwuchs fördern wir, indem wir Stipendien und Förderpreise vergeben und mit Hochschulen kooperieren. Über den Start-up-Inkubator hub:raum unterstützt die Telekom zudem Unternehmensgründer mit innovativen Geschäftsideen.

Im Bildungsengagement der Telekom spielt unsere 2009 gestartete „Ich kann was!“-Initiative eine wesentliche Rolle. Die Initiative fördert Projekte und Einrichtungen, die die individuellen Fähigkeiten von jungen Menschen aus schwierigen wirtschaftlichen und sozialen Verhältnissen stärken, mit bis zu 10000 Euro. Im Jahr 2011 wurde die Initiative von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Telekom in einen gemeinnützigen Verein überführt, der für die Projekte jährlich mehr als 500000 Euro an Fördermitteln bereitstellt. Bundesweit wurden so bereits mehr als 500 Projekte gefördert.

Um Kindern und Jugendlichen den sicheren Umgang mit dem Internet zu erleichtern, fördert die Telekom Maßnahmen zur Verbesserung der

Medienkompetenz. Im Rahmen der Initiative „Telekom@School“ bietet die Telekom deutschlandweit allgemeinbildenden Schulen kostenlose Breitbandanschlüsse an. Ziel des Engagements ist es, Schüler an digitale Medien heranzuführen. Viele Landesgesellschaften der Telekom haben ähnliche Programme aufgesetzt. Darüber hinaus engagieren wir uns beispielsweise in der Initiative „Teachtoday“: Sie bietet Lehrkräften, Eltern und Interessierten ausführliche Hintergründe rund um die Chancen und Risiken der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien.

Die unternehmenseigene Hochschule für Telekommunikation in Leipzig hat zahlreiche Projekte zur MINT-Förderung ins Leben gerufen. In praxisorientierten Projekten sollen Kinder und Jugendliche an die entsprechenden Berufsfelder herangeführt werden.

„ICH KANN WAS!“-INITIATIVE.

Die „Ich kann was!“-Initiative wurde 2009 von der Telekom ins Leben gerufen. 2013 wurden insgesamt 136 Kinder- und Jugendprojekte in sozialen Brennpunkten mit mehr als 500000 Euro gefördert. Seit Projektstart konnten so bereits etwa 50000 Kinder und Jugendliche erreicht werden.

2013 erreichte die „Ich kann was!“-Initiative eine neue Stufe der Anerkennung in der von den Vereinten Nationen ausgerufenen Weltdekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung (2005–2014)“. Nach zweimaliger Auszeichnung als „offizielles Projekt“ wurde sie erstmals als „offizielle Maßnahme“ der UN-Dekade ausgezeichnet. Dies bestätigt, dass die „Ich kann was!“-Initiative dazu beiträgt, Bildung für nachhaltige Entwicklung strukturell im deutschen Bildungswesen zu verankern.

Das Leitthema der Initiative war 2013 die Förderung eines respektvollen und fairen Miteinanders. Die Bandbreite aller geförderten Projekte reicht vom Erwerb von Alltagskompetenzen über medien- und kulturpädagogische Projekte bis hin zu erlebnisorientierten Angeboten.

DEUTSCHE TELEKOM STIFTUNG UND HFTL: NEUES ZUR MINT-FÖRDERUNG.

Die Deutsche Telekom Stiftung und die Hochschule für Telekommunikation in Leipzig (HfTL) förderten im Berichtszeitraum zahlreiche MINT-Projekte (MINT = Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik), teilweise auch gemeinsam.

- **MathZe macht Spaß:** Die Deutsche Telekom Stiftung unterstützt das Bonner Mathematikzentrum für Schulen „MathZe“, das Grundschüler und ihre Lehrer für mathematische Fragestellungen begeistern möchte. Sie sollen erfahren, dass Mathematik eine Wissenschaft ist, die im Alltag überall zu finden und in vielen Lebensberei-

chen hilfreich ist. Die Veranstaltungen stehen Schulen aus dem Bonner Stadtgebiet offen. Das 2012 zunächst im Pilotbetrieb gestartete Projekt ist seit 2013 im Regelbetrieb. Für die Ausstattung stellte die Stiftung 50000 Euro zur Verfügung.

- **„MINTeinander“-Wettbewerb:** Im Rahmen des Projekts „MINTeinander“ schrieb die Telekom Stiftung 100 Experimentiersets mit Begleitmaterialien für Kita-Schul-Verbünde aus. Damit können Bildungsinhalte in Kita und Schule aufeinander aufbauend vermittelt werden. 24 Verbünde mit insgesamt 101 Kitas sowie Grund- und weiterführenden Schulen erhielten die Materialien und begleitende Lehrerfortbildungen.
- **Stipendienprogramm „FundaMINT“:** 25 Lehramtsanwärter mit mindestens einem MINT-Fach starteten 2013 im Stipendienprogramm „FundaMINT“ der Telekom Stiftung. Neben der finanziellen Förderung zählen Begleitseminare zu Themen wie Gesprächsführung, professionelles Auftreten und MINT-spezifische Themen zum Angebot. Eine jährliche Ausschreibung ist geplant.
- **Junior-Ingenieur-Akademie Sachsen geht in die zweite Runde:** Die 2012 gegründete Junior-Ingenieur-Akademie (JIA) an der HfTL ging 2013 in die zweite Runde. 16 Schüler aus zwei Leipziger Gymnasien wurden an der HfTL immatrikuliert. Ziel der bundesweiten Initiative ist es, Schüler frühzeitig für Berufe im MINT-Bereich zu begeistern und damit dem Fachkräftemangel zu begegnen.
- **Berufs- und Studienorientierung:** 2013 beteiligte sich die HfTL erneut an verschiedenen Projekten zur Studien- und Berufsorientierung. So konstruierten Schüler im Rahmen des von der Handwerkskammer Leipzig geförderten Projekts „Fit for Life“ im Labor für technische Informatik der HfTL eine Binäruhr. In Kooperation mit T-Systems Multimedia Solutions Dresden führte die HfTL eine Veranstaltung für mehr als 30 Gymnasiasten und Berufsschüler aus dem Leipziger Raum durch.
- **Trainieren für Olympia:** Mit einem Workshop unterstützte die HfTL Schüler aus Sachsen und Thüringen bei der Vorbereitung auf die Physik-Olympiade.
- **Leipziger Schülerakademie:** An der Leipziger Schülerakademie bietet die HfTL in Kooperation mit der Arnold-Sommerfeld-Gesellschaft Vorlesungen für Schüler ab Klassenstufe neun an.
- **Kinder-Uni „Frag den Frosch“:** Zweimal pro Semester bietet die HfTL zudem im Rahmen der Reihe Kinder-Uni „Frag den Frosch“ Grundschulern die Möglichkeit zum angeleiteten Experimentieren.
- **Schülerinnen-Mentoring-Programm:** Das im Herbst 2012 gestartete Mentoring-Programm für Schülerinnen an der HfTL wurde Ende 2013 erfolgreich abgeschlossen. Vier der Teilnehmerinnen möchten später ein Informatikstudium aufnehmen, zwei fertigten im Rahmen der Teilnahme eine naturwissenschaftliche Belegarbeit an.

MINT-Kompetenzen werden auch in den internationalen Landesgesellschaften gefördert, beispielsweise in Kroatien.

Die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom bietet jetzt den modernen interaktiven Videodienst tutoring.tv als Begleitung für den Mathematikunterricht der Grund- und Sekundarschulen an. 2013 wurden 605 Tageskunden, 57 Monatsabos sowie etwa 200 Jahresabos verzeichnet.

MEDIENKOMPETENZ.

Neue Medien können unseren Alltag auf vielfältige Weise erleichtern. Doch wer sie sicher nutzen will, muss den Umgang mit ihnen beherrschen. Die Deutsche Telekom setzt sich daher in vielen Initiativen und Projekten für den Aufbau von Medienkompetenz ein. Unser Ziel: Wir möchten allen Menschen die gleichen Chancen bieten, an der Informations- und Wissensgesellschaft teilzuhaben. Beispiele für unser Engagement sind die Projekte „Teachtoday“, „telekom@school“ und das österreichische Projekt „Gemeindebau 3.0“.

MEDIENKOMPETENZ VON SCHÜLERN UND LEHRERN FÖRDERN.

Der sichere Umgang mit digitalen Medien ist eine Schlüsselkompetenz für die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft. Die Deutsche Telekom möchte allen Kindern und Jugendlichen, unabhängig vom Elternhaus, die Chance eröffnen, diese zu erwerben.

Infrastrukturprojekt „Telekom@School“.

Im Berichtsjahr haben wir unser Angebot von kostenlosen Internet-Anschlüssen im Rahmen der Initiative „Telekom@School“ erweitert. Wir bieten den Schulen nun an, alle bestehenden Anschlüsse auf bis zu 16 Mbit aufzurüsten. Ziel des Engagements ist, allen Schulkindern die Möglichkeit zu geben, im Unterricht mit digitalen Medien zu arbeiten, um ihnen so Chancen und Perspektiven neuer Technologien zu eröffnen.

Bereits seit dem Jahr 2000 unterstützt die Telekom bundesweit alle 34000 allgemein- und berufsbildenden Schulen mit entgeltfreien Internet-Zugängen. 30000 dieser Bildungseinrichtungen verfügen bereits mit DSL über einen Breitbandanschluss. Optional kann auch – bei entsprechender Verfügbarkeit – ein Telekom@School-Anschluss mit VDSL-Geschwindigkeit beauftragt werden.

Teachtoday.

Das branchenübergreifende Medienkompetenzportal Teachtoday bietet Lehrkräften, Eltern und Interessierten ausführliche Hintergrundinformationen rund um die Chancen und Risiken der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien. 2013 führte die Initiative einen Workshop zum Thema Social Media und Privatsphäre mit Schülern der zehnten Klasse des Werner-Heisenberg-Gymnasiums in Leipzig durch. Thomas Kremer, Vorstand Datenschutz und Compliance der Telekom, diskutierte dabei mit weiteren Experten und den Schülern, worauf beim Umgang mit Social Media geachtet werden sollte.

Der sichere Umgang mit digitalen Medien ist eine Schlüsselkompetenz für die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft. Die Deutsche Telekom möchte allen Kindern und Jugendlichen, unabhängig vom Elternhaus, die Chance eröffnen, diese zu erwerben.

MobileSchool-Initiative in Ungarn.

Im Jahr 2013 schulten 160 Mitarbeiter der ungarischen Landesgesellschaft Magyar Telekom ehrenamtlich 14 000 Schüler an 200 Schulen

im Rahmen der MobileSchool-Initiative, die im Juli 2010 ins Leben gerufen wurde, um ihnen den bewussten und sicheren Umgang mit Mobiltelefonen und dem Internet nahezubringen. Das MobileSchool-Programm wurde von der ungarischen Volunteer Center Foundation als „Corporate-Volunteer-Initiative des Jahres“ ausgezeichnet.

„Connected Kids“-Projekt von T-Mobile Austria.

Von November 2013 bis März 2014 stattete T-Mobile Austria gemeinsam mit Apple im Rahmen des „Connected Kids“-Projekts Schulklassen an 16 Schulen in Österreich für die Dauer von 14 Tagen mit Tablets und mobilen Internet-HotSpots aus. Mit diesem innovativen Bildungsprojekt will T-Mobile Austria den bewussten, verantwortungsvollen sowie lernpsychologisch und pädagogisch begründeten Einsatz digitaler Medien an Schulen voranbringen. Schüler und Lehrer sollen lernen, die vielfältigen Möglichkeiten des mobilen Internets gezielt für den Wissenserwerb zu nutzen. Junge Pädagogen stehen den Schulklassen im Workshop-Zeitraum als Tutoren zur Seite. Langfristig soll das Projekt die sogenannten Digi-Kids dazu anregen, ihr Wissen auch außerhalb der traditionellen Bildungseinrichtungen weiterzugeben. In einem begleitenden Blog wurden Erfahrungsberichte und Praxistipps sowie Rezensionen verschiedener Lern-Apps veröffentlicht und die Vernetzung vorangetrieben. Im Frühjahr 2014 wurden die Erfahrungen der ersten Projektklassen im Rahmen einer Abschlussveranstaltung einem breiteren Publikum zugänglich gemacht.

WEITERE PROJEKTE ZUR FÖRDERUNG VON MEDIENKOMPETENZ.

Neue Technologien können den Alltag von Menschen mit körperlichen oder geistigen Einschränkungen erleichtern. Damit sie von den Vorteilen der Technik profitieren können, ist es wichtig, den sicheren Umgang damit zu erlernen.

Schulungen in „Leichter Sprache“.

Mitarbeiter der Deutschen Telekom in Deutschland organisieren beispielsweise mehrmals im Jahr im Rahmen ihrer Social Days Schulungen zur Handy- und Internet-Nutzung für Menschen mit Behinderungen. Darin tauchen jedoch viele Fremdwörter wie „Smartphone“ oder „Touchscreen“ auf, die die Schulungen für Menschen mit geistiger Behinderung oder Lernschwierigkeiten schwer verständlich machen. Aus diesem Grund hat die intra bonn gemeinnützige GmbH für die Deutsche Telekom Schulungsunterlagen in „Leichte Sprache“ übersetzt. Anlässlich des Tags des Ehrenamts im Dezember 2013 testete ein ehrenamtlicher Helfer der Telekom gemeinsam mit acht Jugendlichen – teilweise mit geistiger Behinderung oder Lernschwierigkeiten – die Unterlagen im Praxiseinsatz. Das Material wurde als sehr hilfreich eingestuft und soll künftig in echten Schulungssituationen genutzt werden. Diesen Ansatz werden wir auf weitere Stakeholder-Gruppen ausweiten.

Medienkompetenz von Senioren fördern.

Die Erfahrungen aus dem Projekt „Leichte Sprache“ werden auch in ein Medienkompetenzprojekt für Senioren einfließen, das die Telekom gemeinsam mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren (BAGSO) für 2014 plant. Mit der BAGSO verbindet die Telekom eine langjährige Kooperation.

Die Telekom unterstützt außerdem im Rahmen von „engagement@telekom“ das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitern im Verein Erfahrung-Teilen aus Hannover. Die Mitarbeiter begleiten ältere Menschen und Menschen mit Migrationshintergrund ehrenamtlich bei ihren ersten Schritten ins Netz. Seit 2011 wurden so bereits rund 400 Senioren und 50 Migranten geschult.

VIELFÄLTIGE MEDIENKOMPETENZPROJEKTE IN EUROPA.

Die Stärkung der Medienkompetenz ist eines der drei Handlungsfelder der CR-Strategie der Telekom. Auch die Landesgesellschaften setzen sich in zahlreichen Initiativen dafür ein, ungeübte Nutzer im sicheren Umgang mit Informations- und Kommunikationsmedien zu schulen und so die digitale Kluft zu verringern.

Gemeindebau 3.0 in Österreich.

Zwischen Oktober 2012 und Oktober 2013 führten Mitarbeiter von T-Systems Austria ehrenamtlich insgesamt 170 Multimedienschulungen in der Wohnanlage Körner-Hof im Wiener Bezirk Margareten durch. Rund 2500 Bewohner sowie Besucher des örtlichen Jugendzentrums nahmen an einer der für sie kostenlosen Schulungen teil. Im Oktober 2012 hatte T-Systems Austria im Rahmen eines Kooperationsprojekts mit dem Bezirk einen mit Multimedia ausgestatteten Container in der Wohnanlage aufgestellt, um den überwiegend einkommensschwachen Anwohnern Zugang zu moderner Multimediatechnik zu ermöglichen. Hier boten die Mitarbeiter ihre Schulungen an. Auf der begleitenden Informations- und Social-Media-Plattform www.koernerhof.at haben sich seit Projektbeginn bereits rund 350 Bewohner registriert. Aufgrund der positiven Rückmeldungen wird das zunächst auf ein Jahr angelegte Projekt um weitere zwölf Monate verlängert. Außerdem sollen neue Kooperationspartner gewonnen werden, um den hohen Bedarf an Schulungen zu decken.

Bildungsprogramme zur Stärkung der Medienkompetenz.

T-Systems Slovakia brachte im September 2013 in Zusammenarbeit mit einer elektrotechnischen Schule in Košice das neue Pilotprojekt AjTy Senior auf den Weg („aj ty“ wird wie IT ausgesprochen und bedeutet im Slowakischen „du auch“). Im Einklang mit der Überzeugung der Telekom, dass es keine Altersgrenze für IT-Kompetenz gibt, wendet sich dieses Projekt an die Bedürfnisse älterer Mitbürger, zum Beispiel indem man ihnen hilft, ihre Enkel anzurufen oder die Nachrichten im Internet zu lesen. Acht Mitarbeiter von T-Systems Slovakia wirkten ehrenamtlich als Lehrer für die 16 Senioren im ersten Halbjahr an diesem Projekt mit.

Außerdem hat T-Systems Slovakia im Rahmen einer neuen Initiative ein Programm eingeführt, bei dem Führungskräfte, ICT-Experten und Lehrer aktiv mit Absolventen weiterführender Schulen arbeiten und sie im Bereich ICT-Technik und -Dienste ausbilden. Gemeinsam mit einer Schule vor Ort wurde ein Programm entwickelt und eingeführt, das auf der Ausbildung von IT-Technikern in Deutschland sowie Best Practices der Berufsausbildung bei der Deutschen Telekom basiert. 30 duale Studenten nahmen 2013 an diesem Programm teil.

Stärkung der digitalen Medienkompetenz durch kostenlose Internet-Verbindung und Technik.

T-Mobile Poland stellte der Stiftung Akogo – Klinikum Budzik einen Internet-Zugang und die nötige Technik im Wert von 1100 Euro kostenlos zur Verfügung. Diese gemeinnützige Organisation leistet umfassende Hilfe für Kinder mit schweren Hirntraumata und setzt sich für die Entwicklung allgemeiner Richtlinien für die Behandlung von Kompatibilitäten in Polen ein.

Slovak Telekom bietet kostenlosen Remote-Zugang zum Unterricht für Kinder, die an Krebs leiden und die Schule nicht besuchen können. Dieser webbasierte Dienst kam 2013 drei Kindern zugute. Auch eine Einrichtung in Bratislava, die mit Unterstützung von Slovak Telekom eine Veranstaltungsreihe zur Förderung des gesellschaftlichen Dialogs und der Künste sowie kleine Workshops organisiert, erhielt einen kostenlosen Internet-Zugang.

T-Systems Czech Republic stellte im Berichtsjahr 145 überholte PCs für Blinde, Gehörlose und Autisten, Rollstuhlfahrer, jugendliche Straftäter sowie verlassene Kinder zur Verfügung – gemäß dem langfristigen CR-Ziel des Konzerns „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“. Weitere 8000 Euro wurden für verschiedene gemeinnützige Organisationen und Schulen aufgewendet, und die Organisation „Ratolest Brno“ erhielt eine 15 Arbeitstage umfassende unentgeltliche Marketingberatung. Die Einrichtung unterstützt Kinder, die in dysfunktionalen Familien aufwachsen. Darüber hinaus spendete T-Systems Czech Republic 25 PCs im Wert von 3500 Euro an eine Gesamtschule in Mladá Boleslav.

Romtelecom, die rumänische Landesgesellschaft der Telekom, stellte der Fakultät für Elektronik in Bukarest kostenlosen Internet-Zugang zur Verfügung.

Über 80 Prozent der 218 Bildungseinrichtungen in Montenegro kamen in den Genuss des kostenlosen Internet-Zugangs, den Crnogorski Telekom zur Verfügung stellte.

In Griechenland stellt Cosmote mit dem Programm „Surfing the World“ einen kostenlosen Breitbandanschluss sowie die technischen Einrichtungen für Schulen auf abgelegenen Inseln und in abgelegenen Regionen zur Verfügung. 22 Schulen in ganz Griechenland mit mehr als 500 Schülern und 50 Lehrern erhielten PCs, Drucker, Webkameras und Router, die 2013 im Rahmen dieses Programms gespendet wurden. Über 2175 Schüler in 149 Schulen profitierten seit dem Start von diesem Programm. OTE und Cosmote setzen sich außerdem im achten Jahr in Folge landesweit für die Wiederverwendung von Rechnern und anderen technischen Einrichtungen an 99 Schulen und in 13 gemeinnützigen Organisationen in Griechenland ein. 115 PCs wurden 2013 über das PC-Spendenprogramm gespendet.

Handbuch „e-Bonton“.

Im Juni 2013 erschien das erste mazedonische Handbuch „e-Bonton“ mit 100 Regeln für einwandfreies Kommunikationsverhalten im Internet und insbesondere in sozialen Netzwerken für die breite Öffentlichkeit, online und gedruckt mit einer Auflage von 2000 Stück.

ENGAGEMENT IN AUS- & WEITERBILDUNG.

Als einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland investieren wir umfangreich in die Qualifikation der jungen Generation. Auch in externen Projekten bemühen wir uns darum, jungen Menschen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft zu erleichtern – gemäß unserem CR-Handlungsfeld Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft.

TELEKOM UNTERSTÜTZT BERUFSEINSTEIGER.

Die Telekom bietet Jugendlichen mit weniger Chancen auf dem Ausbildungsmarkt Unterstützung beim Start ins Berufsleben.

„Meine Chance – ich starte durch“.

2013 nahmen wir erneut rund 100 Praktikanten in unser Projekt zur Einstiegsqualifizierung „Meine Chance – ich starte durch“ auf. Mit großem Erfolg bereitet dieses Programm Jugendliche auf eine Ausbildung bei der Telekom vor, die im Vorjahr keinen Ausbildungsplatz gefunden haben und Hartz-IV-Leistungen beziehen: Von den 355 Praktikanten, die vom Projektstart im Jahr 2009 bis Ende 2012 in das Programm aufgenommen wurden, konnten 256 eine Ausbildung bei der Telekom beginnen; 66 davon stiegen ins erste und 190 sogar direkt ins zweite Ausbildungsjahr ein.

„Geh' Deinen Weg“.

An junge, talentierte Menschen mit Migrationshintergrund richtet sich das Projekt „Geh' Deinen Weg“ der Deutschlandstiftung Integration, das die Telekom im Rahmen einer strategischen Partnerschaft unterstützt. Ziel der Stiftung ist es, die Integration von Jugendlichen mit Migrationshintergrund ins Berufsleben zu fördern. 2013 unterstützten die Ausbildungszentren der Telekom bundesweit verschiedene „Geh' Deinen Weg“-Veranstaltungen zur Berufsorientierung. Ein Beispiel war die Jobmesse an einer Schule im Hamburger Stadtteil Lurup, auf der sich rund 30 ortsansässige Unternehmen vorstellten. Rund 300 Schüler konnten sich hier über Ausbildungsmöglichkeiten informieren und Kontakte knüpfen.

Im Dezember führte die Telekom zudem mit acht „Geh' Deinen Weg“-Stipendiaten ein eintägiges, exklusives Bewerbertraining durch. Zahlreiche Führungskräfte der Telekom bis hin zu Personalvorstand Marion Schick engagierten sich als Mentoren im Stipendien- und Mentoring-Programm des Projekts. Die 347 Stipendiaten der ersten beiden „Geh' Deinen Weg“-Jahrgänge haben Wurzeln in 66 verschiedenen Ländern – davon gehören 35 Prozent der ersten Zuwanderergeneration an, 52 Prozent der zweiten Generation.

Workshopreihe „Fit für den Beruf“.

Im August 2013 starteten 28 Senior Manager der Telekom in Essen und Recklinghausen ehrenamtlich die Workshopreihe „Fit für den Beruf“ an drei Hauptschulen in Nordrhein-Westfalen. Die Mitarbeiter, von denen

die meisten bereits im Ruhestand sind, geben so ihre Erfahrung aus langjähriger Berufstätigkeit an den Nachwuchs weiter. Im Rahmen der Workshops erkundeten die teilnehmenden Schüler eigene Stärken und Schwächen und wurden über grundlegende Anforderungen von Wirtschaftsunternehmen an Auszubildende und Berufsanfänger informiert. Im Anschluss an die Workshopreihe vergab die Telekom zwölf Praktikumsplätze an erfolgreiche Teilnehmer. Im Dezember 2013 gründeten die Senior Manager den Verein „Fit für den Beruf e.V.“.

AUSGEZEICHNETES ENGAGEMENT IN DER AUSBILDUNG: WETTBEWERB „VERANTWORTUNG GEWINNT!“.

Die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung ist ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung bei der Telekom. Mit unserem jährlichen internen Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“ wollen wir das Engagement unserer Auszubildenden und dual Studierenden fördern und wertschätzen. Auch im Jahr 2013 haben sich wieder zahlreiche Auszubildende und dual Studierende aus ganz Deutschland in vielen Projekten engagiert.

Den ersten Platz belegte ein überregionales Team mit Auszubildenden aus Ulm, Hagen, Hannover und Erfurt. Die vier Jugendlichen hatten Workshops zu den Themen Integration, soziale Netzwerke, Internet-Sucht und Cybermobbing erarbeitet, die Schüler für Chancen und Risiken der Internet-Nutzung sensibilisieren sollen. Auf Platz zwei kam ein Theaterstück von Auszubildenden aus Hamburg, das ebenfalls internetbezogene Themen kritisch beleuchtete. Ein Azubi-Team aus Münster, das sozial schwachen Kindern im Rahmen einer selbst finanzierten Aktion einen Tag am Meer schenkte, landete auf dem dritten Platz. Gastrednerin bei der Preisverleihung war die Schwester des Berliner Gewalttopfers Jonny K., die als Gründerin des Vereins „I am Jonny“ zu mehr Zivilcourage aufrief.

„ENACTUS“-ENGAGEMENT GEBÜNDELT.

Seit mehreren Jahren unterstützt das Center for Strategic Projects (CSP) der Telekom aktiv das internationale Studierendennetzwerk Enactus. 2013 haben wir für unsere Partnerschaft einen neuen Ansatz entwickelt. Um mehr Schlagkraft bei der Förderung der Teams zu erzielen, konzentrieren wir unsere Aktivitäten seitdem auf die Universität Wuppertal und die WHU – Otto Beisheim School of Management in Vallendar. Im Rahmen der Partnerschaft beraten wir Teams von Studierenden bei der Umsetzung eigener Projekte und Geschäftsideen im sozialen und ökologischen Bereich.

Das von uns ge-coachte Team an der WHU Vallendar entwickelte im Berichtszeitraum den Plan, in Kooperation mit einer lokalen sozialen Einrichtung Arbeitsstellen an Menschen mit Behinderungen zu vermitteln. Für die Studierenden von Enactus Wuppertal boten wir einen ganztägigen Workshop zu den Projektfeldern Gesundheit, Technik und

soziale Integration an. Ein weiteres Beispielprojekt von Enactus Wuppertal ist die Konzeption der intelligenten Steckdose „Standby.Bye“, die Geräte bei Nichtgebrauch automatisch ausschaltet.

BILDUNGSPROJEKTE FÜR SCHÜLER UND STUDENTEN IN MEXIKO.

„Cuenta Conmigo (Auf mich ist Verlass)“-Programm.

Im Jahr 2013 rief T-Systems Mexico das Programm „Cuenta Conmigo (Auf mich ist Verlass)“ als Mitarbeiterinitiative ins Leben, um Projekte mit großer Breitenwirkung zu unterstützen, an denen sich alle Mitarbeiter beteiligen können. Der Schwerpunkt liegt dabei auf einem oder mehreren der folgenden Bereiche: Einsatz für die Umwelt und eine nachhaltige Entwicklung, Sammlungen und Spenden für Minderheiten, ehrenamtliches Engagement. 2013 gehörte zu den ausgewählten Projekten ein Bildungsprojekt in San Jose Xacxamayo. In dieser Gemeinde haben von 100 Jugendlichen über 15 Jahren 12 überhaupt keine Schulbildung, 17 haben die Grundschule nicht beendet, 5 haben die Sekundarschule nicht abgeschlossen, und nur 10 haben die Sekundarschule bis zum Abschluss besucht. Das heißt, nur 15 Prozent hatten Zugang zur Sekundarschulbildung, und nur ein Drittel hat diese Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Im Rahmen dieses Projekts leisteten 33 Mitarbeiter ehrenamtlich 448 Stunden, um 27 Schülern von Sekundarschulen technische Grundlagen und IT-Wissen zu vermitteln, und veranstalteten Workshops zum Thema „Persönliche Entwicklung“ für diese Zielgruppe. Außerdem spendeten 321 Mitarbeiter insgesamt 19 513 Euro und T-Systems spendete weitere 5 000 Euro für den Aufbau einer Schreinerwerkstatt, in der seit September 2013 unterrichtet wird.

Englischunterricht und IT-Seminare für Studierende.

T-Systems Mexico engagierte sich von Januar 2013 bis Februar 2014 in einem Projekt der staatlichen Behörden von Puebla, mit dem die Englischkenntnisse der Studenten von acht staatlichen Universitäten und Instituten verbessert und damit ihre Chancen auf eine Beschäftigung bei internationalen Unternehmen zu erhöht werden sollen. Die Regierung finanzierte den Englischunterricht, und T-Systems Mexico bot den besten Studenten eine Teilnahme an IT-Seminaren an. 211 Studenten nahmen an dem Programm teil, 155 absolvierten es erfolgreich, und bislang hat T-Systems 50 dieser Studenten eingestellt. Das Projekt unterstützte die Behörden bei der Förderung von Bildungsprogrammen, die auf den Bedarf der Branche zugeschnitten sind.

GRÜNDERFÖRDERUNG & STIPENDIEN-PROGRAMME.

Die Deutsche Telekom fördert sowohl innerhalb des Konzerns als auch in der Gesellschaft begabte Studenten und innovative Geschäftsideen. Der Start-up-Inkubator hub:raum der Telekom hat sich beispielsweise zum Ziel gesetzt, Unternehmensgründer bei der Umsetzung ihrer Ideen zu unterstützen. Zahlreiche Landesgesellschaften der Deutschen Telekom bieten zudem eigene Existenzgründerinitiativen und Stipendienprogramme an, die talentierten Studenten dringend benötigte finanzielle Unterstützung gewähren.

NEUES VOM START-UP-INKUBATOR HUB:RAUM.

Um innovative Unternehmensgründer bei der Umsetzung ihrer Ideen zu unterstützen, eröffnete die Deutsche Telekom 2012 unter dem Namen hub:raum einen eigenen Start-up-Inkubator in Berlin. Bei hub:raum können Gründerteams ihre Geschäftsideen vergleichbar einem Brutkasten weiterentwickeln und auf den Markt bringen. Erfahrene Unternehmensgründer stehen ihnen dabei als Mentoren zur Seite, zudem bietet die Telekom eine Startfinanzierung (Seed-Funding) von bis zu 300000 Euro. Alle interessierten Start-ups können sich auf der hub:raum-Website um eine Aufnahme in das Programm bewerben. 2013 wurden unter anderem folgende Start-ups in das Programm aufgenommen:

- Learning, ein Lernhilfe-Start-up aus München
- Contiamo, ein Business-Intelligence-Unternehmen aus Berlin
- Vigour.io aus Berlin und Amsterdam, die eine Plattform zum Betrieb geräteunabhängiger Anwendungen entwickelt haben
- Frestyl aus Berlin, deren Event-App Musikveranstaltungen, Konzerte und Partys mithilfe von Expertenempfehlungen vorschlägt

Mit den bestehenden Start-ups Stylemarks, Salonmeister, Reputami sowie Blinkist sind nun insgesamt acht Start-ups im Berliner hub:raum-Inkubator. Darüber hinaus bietet hub:raum das Accelerator-Programm an, ein mehrwöchiges Training, in dem Gründerteams ihre Ideen zu finanzierbaren Geschäftsmodellen weiterentwickeln können. Zum Abschluss präsentieren die Gründerteams ihre Geschäftsmodelle vor ausgewählten Investoren und dem hub:raum-Team. Die besten Start-ups haben Chancen, in das anschließende Inkubator-Programm aufgenommen zu werden. Insgesamt haben bereits mehr als 40 Start-up-Teams diese Programme in Berlin und Krakau durchlaufen.

Im Oktober 2013 ging das Accelerator-Programm in die zweite Runde. Aus insgesamt 160 Bewerbungen wählte die Telekom sieben Start-ups aus den Bereichen Internet-Sicherheit, Telemedizin und Machine-to-Machine-Kommunikation: Goderma, OPTretina, Pocket Aid, Primal Shield, StudyDrive, Lateral und EasyID.

Neue Büroräume in Berlin und Internationalisierung.

Im November 2013 eröffnete die Telekom zudem in den Räumen des früheren Fernamts 1 an der Schöneberger Winterfeldtstraße die Telekom Innovation Arena. Hier werden künftig alle Innovationsaktivitäten des Konzerns gebündelt. Auf rund 8000 Quadratmetern arbeiten die Mitarbeiter von hub:raum, der Telekom Innovation Laboratories und der Ideenschmiede „Creation Center“ unter einem Dach zusammen. 2013 eröffnete hub:raum zudem zwei neue internationale Büros in Tel Aviv und Krakau, um auch die dortige Start-up-Szene zu unterstützen. hub:raum Krakau hat im Berichtszeitraum bereits in zwei Start-ups investiert.

UNTERSTÜTZUNG INNOVATIVER GESCHÄFTSKONZEPTE.

Das Gründerprogramm „Rozjezdy“, das 2011 von T-Mobile Czech Republic eingeführt wurde, bietet finanzielle Unterstützung, langfristige professionelle Beratung und Know-how für regionale Start-ups an. Seit 2013 richtet sich das Programm auch an Studenten, und die Landessieger im Berichtsjahr stammten aus dieser neuen Kategorie: Sportcentral.cz, ein soziales Netzwerk für sportlich interessierte Menschen. Die Auszeichnung ist mit fast 4000 Euro dotiert. Außerdem wurde ein Sonderpreis von rund 1800 Euro an das Recyclingprojekt „Vecizrecy.cz“ verliehen. Die in den regionalen Runden ausgewählten 65 Sieger erhielten jeweils eine finanzielle Zuwendung sowie kostenlose Tablets und Smartphones.

Das Gesamtziel des Gründerprogramms liegt darin, potenziellen Unternehmern zu helfen. Dabei handelt es sich häufig um Menschen aus Gebieten mit hoher Arbeitslosigkeit, Frauen im Erziehungsurlaub, ältere Arbeitslose oder Studenten mit innovativen Ideen. Zwei Jahre nach dem Start des Projekts sind 98 Prozent der unterstützten Start-ups nach wie vor im Geschäft. In den vergangenen drei Jahren hat T-Mobile durch „Rozjezdy“ mehr als 130 Geschäftskunden gewonnen, und das Programm hat auch dazu beigetragen, externe Innovationen in das Unternehmen zu tragen.

Vier hörbehinderte Geschäftsleute erhielten eine Zuwendung von 3320 Euro sowie eine Schulung für Unternehmensgründer von Slovak Telekom. Seit 2008 gibt dieses Förderprogramm mit dem Titel „Looking for Another Sense – FOR BUSINESS“ hörbehinderten Menschen die Gelegenheit zu beweisen, dass sie trotz des Verlusts ihres Gehörs für sich und ihre Familien sorgen können. Es ist das einzige Förderprogramm, das nicht nur finanzielle Unterstützung bietet, sondern die Hörbehinderten in ihrer Zeichensprache und über die Schulung für Unternehmensgründer auch auf die Führung eines Unternehmens vorbereitet. Mit der innovativen Initiative „yourbusiness.gr“ ermöglicht OTE kleinen und mittelständischen Unternehmen und Freiberuflern in Griechenland, einfach, schnell und absolut kostenlos im Internet für ihr

Geschäft zu werben – ein ganzes Jahr lang. Über 14000 Kunden haben sich für das Angebot registriert. Diese Initiative soll das Unternehmertum in Griechenland stärken und ist die erste ihrer Art in diesem Land.

„OUR WORLD IS YOU“ 2013: UNTERSTÜTZUNG FÜR GRENZGEBIETE UND HILFE FÜR START-UPS.

2013 hat die griechische Landesgesellschaft Cosmote zwei weitere Ideen ihrer Kunden im Rahmen ihres Programms „Our World Is You“ realisiert. Im März 2013 begann die Umsetzung dieser Ideen, die von zwei Kunden aus Samothraki und Prespes stammen und die die Lebensbedingungen in dünn besiedelten Grenzgebieten verbessern sollen. In Samothraki umfasste das Projekt die Renovierung eines Bürgerzentrums und die komplette Ausstattung mit einer nagelneuen Bibliothek, einer neuen Turnhalle und einem Sportplatz, einem Bereich für kulturelle und andere kreative Aktivitäten sowie einem neuen Spielplatz. Computer mit kostenlosem Internet-Zugang und ein Videoprojektionsystem wurden installiert. Außerdem wurde ein neuer Heizkessel angeschafft, um für eine angemessene Beheizung des Komplexes zu sorgen. In Prespes wurden das Patoulideio-Stadion und die Lemos-Stadtbibliothek renoviert. Im Stadion wurden ein neuer Bodenbelag, eine moderne elektronische Anzeigetafel sowie eine abbaubare Bühne für alle Arten von Veranstaltungen installiert. In der Lemos-Bibliothek wurde ein neues Obergeschoss gebaut, um die Kapazität zu erhöhen. Außerdem wurde ein Kinderbereich mit vielen Büchern und Spielzeugen eingerichtet, und Computer mit kostenlosem Zugang zum Internet wurden installiert. 150 Mitarbeiter von Cosmote sowie ein Beauftragter waren an diesem Projekt beteiligt, und mehr als 1000 Menschen aus der Region besuchten die Abschlussveranstaltung.

Die zweite Initiative von Cosmote im Rahmen des Programms „Our World Is You“ unterstützt kreative Menschen mit originellen Geschäftsideen und setzt damit ebenfalls die Idee eines Kunden um. In Zusammenarbeit mit dem griechischen Managementverband, der Entrepreneurial Agency Foundation und der OTEAcademy rief Cosmote das Cosmote StartUp ins Leben, ein Programm, das Unternehmertum fördern, Gelegenheiten schaffen und originelle Ideen entwickeln soll. Zu diesem Zweck werden unter anderem ein erfahrungsbasiertes Schulungsprogramm, ein Managernetzwerk, ein Arbeitsplatz sowie die Planung einer Veranstaltung für die Präsentation der endgültigen Konzepte vor Investoren angeboten. Der Ausschuss wählte zehn Finalisten aus, die an dem intensiven Schulungsprogramm im Rahmen von Cosmote StartUp teilnehmen werden.

STIPENDIEN FÜR BEGABTE STUDENTEN IN EUROPA.

Im zwölften Jahr in Folge haben die griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote 20 Stipendien über jeweils 15280 Euro ausgeschrieben. Außerdem wurden 26 Auszeichnungen, die jeweils mit 1528 Euro dotiert sind, an Studenten im ersten Jahr verliehen, um diese dabei zu unterstützen, sich trotz finanzieller Schwierigkeiten auf ihr Studium konzentrieren zu können. In diesem Jahr wurden, neben den sozioökonomischen Kriterien bei der Auswahl der Studenten, auch die Leistungen berücksichtigt. Seit September 2013 wurden insgesamt 46 Studenten in einer Größenordnung von 340000 Euro unterstützt.

Die polnische Landesgesellschaft T-Mobile Poland half im Schuljahr 2012/2013 271 Schülern, ihre schulischen Leistungen durch Teilnahme an dem Programm „The Academy for the Future“ zu verbessern. „The Academy for the Future“ ist ein innovatives Bildungsprojekt, das sich an Grundschüler richtet. Im Rahmen der 11. Christmas Charity Auction im Dezember 2012 haben T-Mobile und ihre Mitarbeiter über 32000 Euro an die Organisation überwiesen, die hinter diesem Projekt steht und Kindern beibringt, erfolgreich zu sein – in der Schule und im späteren Leben. 74 Prozent der Kinder konnten ihre schulischen Leistungen verbessern, 63 Prozent entwickelten neue Stärken, und 64 Prozent zeigten eine stärkere Motivation zu lernen.

Romtelecom stellte der Leadership Foundation School und dem Perrotis College vier Stipendien mit einem Wert von 19000 Euro zur Verfügung.

Die kroatische T-HT Hrvatski Telekom belohnte die beiden besten Studenten der Fakultät für Elektrotechnik und Informatik im Jahr 2013 mit einem monatlichen Stipendium von 270 Euro. Finanzielle Unterstützung in Höhe von 210 Euro pro Monat erhielten weitere vier Studenten im Rahmen der Kampagne „Step into Life“ des Zagreb Kaptol Rotary Clubs, der Stipendien an begabte, elternlose Studenten während ihres regulären Universitätsstudiums vergibt.

Im vierten Jahr des Stipendienprogramms von T-Systems Slovakia wurden acht Stipendien mit einem Wert von jeweils 1400 Euro für das Studienjahr 2013/2014 vergeben. Alle acht ausgewählten Studenten studieren an der Technischen Universität und der Universität Pavol Jozef Šafárik in Košice. Das Programm soll Bildungschancen für begabte junge Menschen aus der östlichen Slowakei schaffen, kompetente Berufsanfänger ausbilden, die sich für die Entwicklung dieser Region einsetzen, und das Bewusstsein junger Menschen für ihre regionale Identität und die Bedeutung ehrenamtlichen Engagements wecken. Das Programm richtet sich an Hochschulstudenten aus der östlichen Slowakei, die IT und verwandte Gebiete im Hauptfach studieren, sowie an Abiturienten, die sich für eines dieser Studienfächer bewerben. In Rumänien hat Cosmote fünf neue Stipendien mit einem Wert von 180 Euro pro Monat für neun Monate im Jahr für die gesamte Studierendauer der Stipendiaten ausgeschrieben.

T-Mobile Czech Republic unterstützte 2013 Studenten von der University of Economics mit einer Zuwendung von 1000 Euro. Außerdem wurden Seminare für MBA-Studenten aus den USA zum Thema Unternehmertum veranstaltet. Mitglieder des Top-Managements von T-Mobile Czech Republic, darunter auch der Geschäftsführer, hielten Vorträge.

KULTUR- & SPORTSPONSORING.

Kultur und Sport sind zwei Bereiche, aus denen heraus die Gesellschaft sich kontinuierlich erneuert. Sie inspirieren viele Menschen, schaffen Zusammenhalt und ermöglichen Verständigung über kulturelle und politische Grenzen hinweg. Als internationaler Konzern sehen wir deshalb einen Schwerpunkt unserer gesellschaftlichen Verantwortung im Kultur- und Sportsponsoring.

MANAGEMENTANSATZ.

Die Deutsche Telekom fördert konzernweit die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten. In Deutschland zählt sie zu den größten Sponsoren für Sport und Kultur. Neben finanziellen Zuwendungen nutzen wir unsere Erfahrung in der breitenwirksamen Kommunikation und Vermarktung, um Künstler, Sportler, Veranstalter und Vereine zu unterstützen. Dabei spielt auch das regionale Engagement an unseren Standorten eine wichtige Rolle.

Das Musiksponsoring hat bei der Deutschen Telekom Tradition und ist wichtiger Bestandteil ihrer Markenkommunikation. Ziel ist es, möglichst vielen Menschen einen Zugang zu einem kulturellen Angebot zu ermöglichen und sie über den kulturellen Austausch miteinander ins Gespräch zu bringen. Unser Förderschwerpunkt liegt auf Veranstaltungen wie dem Beethovenfest und der „International Telekom Beethoven Competition Bonn“, die jungen Pianisten aus aller Welt Karrierechancen bietet.

Die Deutsche Telekom fördert den Leistungs- und Breitensport gleichermaßen. Den Schwerpunkt ihres Sportsponsorings bilden Partnerschaften im Fußball mit dem Deutschen Fußball-Bund, dem FC Bayern München und weiteren Bundesligisten. Zudem richtet die Telekom ihr Augenmerk auf die gesellschaftlichen Aspekte des Sports. Gefördert werden Sporthilfe-Athleten, Breiten- und Schulsportprojekte sowie Sportler mit Behinderungen. Akzente setzen wir auch am Konzernstandort Bonn mit der Unterstützung der Telekom Baskets Bonn und dem Bonn Marathon. Zudem ermuntern wir Mitarbeiter, am jährlichen Traditionslauf der Stadt und am Gesundheitslaufprogramm „Fit durch den Winter“ teilzunehmen.

FUSSBALL-INITIATIVE „ANSTOSS!“

Neue Erfahrungen erlebbar machen und den Nachwuchs fördern – diese Ziele verfolgt „ANSTOSS! – die Telekom Fußball Initiative“. Mit dem breit angelegten Projekt unterstützt die Deutsche Telekom den Fußball in den Bereichen Amateur- und Freizeitsport, Nachwuchsarbeit und Behindertensport.

Ein Schwerpunkt ist die Initiative „Neue Sporterfahrung“ in Kooperation mit dem Deutschen Behindertensportverband und dem Deutschen Fußball-Bund. Sie ermöglicht es jungen Menschen, Fußball einmal anders

zu erleben und die Sportart Blindenfußball auszuprobieren, um ein Gefühl für die Lebenswelt behinderter Menschen zu entwickeln. Schon seit 2009 bietet die Telekom dies Schülern der Klassen sieben bis zehn im Rahmen von Projekttagen an, 2013 weiteten wir das Projekt auf das Vereinswesen aus. Bis Ende des Jahres nahmen bereits rund 600 Jugendspielerinnen und -spieler und 17 Vereine in ganz Deutschland daran teil. Die Spieler gewinnen dabei auch wichtige sportliche Impulse – neben Koordination und Orientierung werden auch das Ballgefühl und der Hörsinn geschult.

Ein weiterer Schwerpunkt ist das Web-TV-Format „Stollenstrolche“, bei dem die Telekom jeden Monat Videoaufzeichnungen von besonders außergewöhnlichen Torszenen im Nachwuchssportbereich prämiiert. Eltern, Verwandte oder Freunde der Spieler können hierzu Videos einsenden. Der Stollenstrolch des Monats erhält 1000 Euro für die Mannschaftskasse.

INTERNATIONALE SPORTFÖRDERUNG DER TELEKOM.

Integrations-Beachvolleyball-Weltmeisterschaft.

Im Zeichen gesellschaftlicher Vernetzung unterstützte T-Mobile Austria im August 2013 die erste Integrations-Beachvolleyball-Weltmeisterschaft in Salzburg finanziell. Die Integrations-Beachvolleyball-WM soll wie ihr Gegenstück, die Integrations-Fußball-WM, eine Plattform werden, um Integration unterschiedlicher Nationalitäten in Österreich durch Sport sowie die Chancengleichheit für Sportlerinnen zu fördern. Bei der Erstaustragung gingen zwischen 12 und 16 Nationen an den Start.

In Rumänien werden Couch Potatoes aktiv.

„The Biggest Sports Hour“ 2013 – das waren drei Tage intensiver sportlicher Aktivitäten für die breite Öffentlichkeit, die im Juli von Dolce Sport, dem Sportkanal von Romtelecom in Rumänien, organisiert wurden. Es gab einen Tag mit Veranstaltungen in Bukarest und zwei Tage im Badeort Mamaia. Mehr als 3500 Menschen nahmen an beiden Veranstaltungen teil, und etwa 300 Berichte über diese Veranstaltungen erschienen in den Medien. „The Biggest Sports Hour“ ist einer der Schwerpunkte der Gesundheitskampagne „Sports Is Good“, die vor drei Jahren von Dolce Sport ins Leben gerufen wurde. Damit soll die Gesundheit der Teilnehmer durch sportliche Aktivitäten und eine ausgewogene Ernährung verbessert werden. So werden die Zuschauer von Dolce Sport selbst sportlich aktiv.

FÜNFTE „INTERNATIONAL TELEKOM BEETHOVEN COMPETITION“.

Mit der „International Telekom Beethoven Competition Bonn“ unterstützt die Telekom seit 2005 junge Musiker auf ihrem Weg in die Spitzenklasse. Alle zwei Jahre stellen sich Nachwuchspianisten aus der

ganzen Welt in der Geburtsstadt des Komponisten einer hochkarätig besetzten internationalen Jury. Gewinnerin der fünften International Telekom Beethoven Competition war die Koreanerin Soo-Jung Ann mit einer Interpretation von Beethovens Klavierkonzert Nr. 4, begleitet vom Beethoven Orchester Bonn unter Leitung des Gastdirigenten Olari Elts. Das Preisgeld beträgt 30000 Euro. Auf Platz zwei kam Stefan Cassomenos aus Australien, auf Platz drei der Japaner Shinnosuke Inugai, der auch den Publikumspreis gewann.

SLOVAK TELEKOM FÖRDERT ROMA-MUSIK.

Im August 2013 förderte Slovak Telekom ein slowakisches Roma-Festival mit einer Zuwendung von 30000 Euro und technischer Unterstützung bei der Vorbereitung des Festivals. In Anbetracht der Diskriminierung dieser ethnischen Gruppe in vielen europäischen Ländern dient dieses Festival als Plattform für ihre lebendige und farbenfrohe Kultur und als Bühne für ihre Künstler. Auf diese Weise trägt es auch zur Förderung der Integration der Roma in die Gesellschaft bei.

BESCHÄFTIGTE.



Für die fachliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiter haben wir 2013 allein in Deutschland in 480 000 Weiterbildungstage investiert.

„Wir, die Deutsche Telekom, sind mehr als irgendein Unternehmen, das die Gesellschaft mit Infrastruktur versorgt. Wir wollen als führender europäischer Telekommunikationsanbieter das Leben der Menschen nachhaltig vereinfachen und bereichern. Der Schlüssel zu diesem Erfolg sind die Menschen, die bei uns arbeiten.“

Thomas Kremer, Vorstandsmitglied Datenschutz, Recht und Compliance, kommissarischer Leiter Vorstandsbereich Personal

Die Deutsche Telekom gehört zu den wenigen Unternehmen, die einen eigenständigen Personalbericht publizieren. Dies zeigt, welche hohe Wertschätzung wir unseren Mitarbeitern entgegenbringen. Wie wir unsere Personalarbeit gestalten, erfahren Sie in unserem Personalbericht 2013/2014.

Zusammen mit unseren Stakeholdern bestimmen wir jedes Jahr die Themen, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung wesentlich sind (Materiality-Prozess). Eine Übersicht der zentralen Themen für den Bereich Beschäftigte ist im folgenden Diagramm dargestellt. Per Mausklick auf die Begriffe in der Grafik erfahren Sie mehr dazu.



LIEFERANTEN.



In unserer Zusammenarbeit mit mehr als 20 000 Lieferanten in über 80 Ländern engagieren wir uns für eine nachhaltige Lieferkette.

STRATEGIE ZUR UMSETZUNG VON NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

„Mit der Integration der Nachhaltigkeitsanforderungen in den Auswahlprozess neuer Lieferanten der DTAG sowie mit der Definition gemeinsamer spezifischer Anforderungen zwischen Orange, DTAG und unserem Joint Venture BuyIn in Form eines Supplier Code of Conduct sind wir im Thema Nachhaltigkeit in der Supply Chain einen weiteren wichtigen Schritt vorangekommen.“

Eva Wimmers, Senior Vice President Group Procurement

Ziel

in der Zusammenarbeit mit Lieferanten weltweit Grundsätze einer sozial- und umweltverträglichen Beschaffung sicherstellen

Erfolgsbeispiel

2013 wurde eine standardisierte 10-Prozent-Gewichtung von Nachhaltigkeitskriterien bei Ausschreibungen eingeführt.

Umsetzung

Seit 2013 berücksichtigen die Einkaufsbereiche des Konzerns sowie von T-Systems Nachhaltigkeitskriterien bei Ausschreibungen. Diese werden neben anderen Aspekten wie Preis oder Qualität mit 10 Prozent gewichtet. Sie basieren auf der CR-Klausel, der Sozialcharta sowie unserem Code of Conduct und sind in den Allgemeinen Einkaufsbedingungen festgeschrieben. 2013 haben wir außerdem begonnen, einen Code of Conduct für Lieferanten zu entwickeln, mit dem wir für die Beschaffung bei der Deutschen Telekom, bei Orange sowie BuyIn einheitliche Anforderungen und Kriterien definieren.

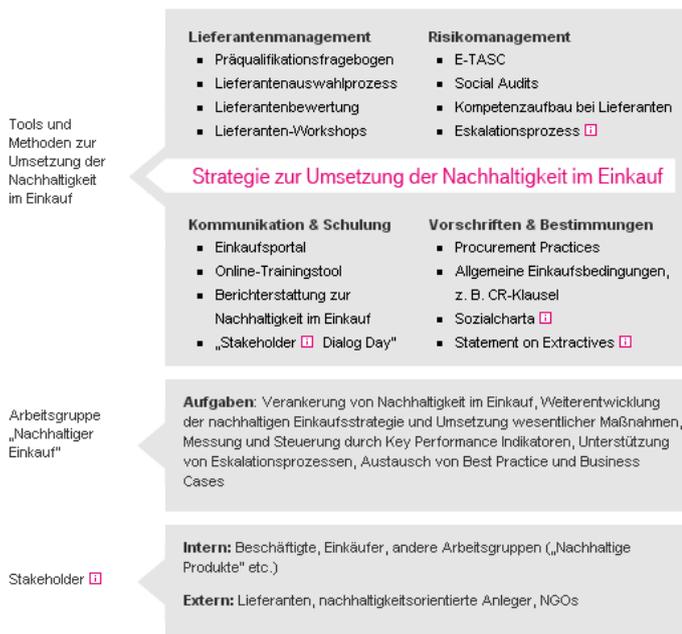
Zusammen mit unseren Stakeholdern bestimmen wir jedes Jahr die Themen, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung wesentlich sind (Materiality-Prozess). Wie wir sie umsetzen, zeigt zum Beispiel das oben dargestellte Projekt. Eine Übersicht der zentralen Themen für den Bereich Lieferanten ist im folgenden Diagramm dargestellt. Per Mausklick auf die Begriffe in der Grafik erfahren Sie mehr dazu.



STRATEGIE ZUR NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF.

Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Medien decken immer wieder Verstöße gegen Arbeitnehmerrechte, Umweltschutzstandards und Menschenrechte in der Lieferkette für Telefone, Laptops oder andere ICT-Produkte auf. Als einer der weltweit größten Telekommunikationsdienstleister mit Lieferanten aus über 80 Ländern nimmt die Telekom diese Problematik sehr ernst. Sie nutzt effektive Managementinstrumente, um bei ihren Zulieferern und Herstellern menschenwürdige Arbeitsverhältnisse und einen wirksamen Umweltschutz durchzusetzen.

NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF DER DEUTSCHEN TELEKOM. METHODEN, TOOLS UND STAKEHOLDER.



MANAGEMENTANSATZ.

Die Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Wertschöpfungskette kontinuierlich nachhaltiger zu gestalten. Mit unserer nachhaltigen Einkaufsstrategie haben wir dafür die Voraussetzung geschaffen: Wir befolgen konzernweit Grundsätze einer sozial- und umweltverträglichen Beschaffung und steuern unsere Prozesse mithilfe interner und externer Leistungskennzahlen und Managementinstrumente.

Grundlegende Normen und Standards.

Die Telekom hat sich mit ihren Leitlinien und Selbstverpflichtungen soziale und ökologische Mindeststandards für ihr Unternehmenshandeln auferlegt. Auch von unseren Lieferanten fordern wir, diese einzuhalten. Hierfür verwenden wir die folgenden Dokumente:

- unseren konzernweit gültigen Code of Conduct,
- die Sozialcharta,
- die Fraud Policy der Telekom,
- das „Coltan Statement“ und
- das „Statement on Extractives“ sowie die
- CR-Klausel als Bestandteil unserer Allgemeinen Einkaufsbedingungen.

Mit der Sozialcharta bekennen wir uns zu den Leitlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sowie zu der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und zum Global Compact der Vereinten Nationen.

Verankerung im Unternehmen.

Die Strategie zur Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf ist aus der CR-Strategie abgeleitet und konzernweit fest in unseren Einkaufsprozessen verankert. Die Arbeitsgruppe „Nachhaltiger Einkauf“ (Sustainable Procurement Working Group, SPWG) erarbeitet Empfehlungen zur Umsetzung unserer nachhaltigen Einkaufsstrategie und steht unseren Mitarbeitern bei Einkaufsentscheidungen zur Seite. Die Gesamtverantwortung für das Thema „Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf“ tragen die Leiterinnen des CR- und Einkaufsbereichs gemeinsam. Auch für das Joint Venture BuyIn wurden Voraussetzungen für einen nachhaltigen Einkauf geschaffen.

Als Orientierung für unsere Einkäufer haben wir unsere Nachhaltigkeitsprinzipien in der Konzernrichtlinie „Global Procurement Policy“ fixiert. Die dazugehörigen „Procurement Practices“ liefern entsprechende Handlungsanweisungen für den Einkauf in Deutschland. Unsere Mitarbeiter schulen wir über ein Online-Tool, das 2014 in überarbeiteter Form zur Verfügung steht. Unter anderem können sich unsere Einkäufer dort informieren, wie die Nachhaltigkeitsprinzipien im täglichen Geschäft umzusetzen sind.

Steuerung durch CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“.

Unsere Nachhaltigkeitsleistung in der Beschaffung messen und steuern wir mit dem CR Key Performance Indikator (CR KPI) „Nachhaltiger Einkauf“. Dieser stellt das Einkaufsvolumen von Lieferanten, die im Rahmen von Selbstauskünften, E-TASC oder Social Audits auf soziale und ökologische Kriterien geprüft wurden, in Beziehung zu unserem gesamten Einkaufsvolumen. Unser Ziel ist es, bis 2015 75 Prozent hiervon abzudecken.

In dem Wert des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ für das Jahr 2013 hat sich das große Einkaufsvolumen einzelner Lieferanten sehr stark niedergeschlagen. Auch der Wechsel auf eine neue E-TASC-Plattform hat sich

auf den KPI ausgewirkt. Die alte Plattform wurde Ende 2013 abgeschaltet. Aber nicht alle dort registrierten Lieferanten konnten vor Ablauf des Jahres im neuen Tool erfasst werden. Ihre Daten standen daher zur Berechnung des KPI für 2013 nicht zur Verfügung.

Bewertung des Lieferantenmanagements im Nachhaltigkeits-ranking.

Jedes Jahr bewerten führende Ratingagenturen wie die Sustainable Asset Management (SAM) Group die Nachhaltigkeitsleistung von Großunternehmen. Im SAM-Rating 2013 erreichte die Deutsche Telekom in der Kategorie Lieferantenmanagement 88 von 100 Punkten (2012: 83 Punkte) und gehört damit zu den Branchenführern.

ARBEITSGRUPPE „NACHHALTIGER EINKAUF“ MIT NEUER STRUKTUR UND NEUEN AUFGABEN.

Die Arbeitsgruppe Nachhaltiger Einkauf (Sustainable Procurement Working Group, SPWG) dient uns seit 2007 als Instrument für die flächendeckende Umsetzung sozialer und ökologischer Standards im Einkauf. 2013 haben wir ihre Zusammensetzung und Aufgaben neu festgelegt.

Seit Dezember 2013 umfasst die SPWG neben Vertretern aller funktionalen Einkaufsbereiche (wie „Endgeräte“ oder „IT“) auch Repräsentanten der Landesgesellschaften und Verantwortliche von T-Systems International. Geleitet vom zentralen Einkauf und beraten vom CR-Bereich, wirkt die SPWG als Nachhaltigkeitsbotschafterin im konzernweiten Einkauf. Gleichzeitig dient sie als Plattform für den Austausch von Best Practice unter den Landesgesellschaften.

Zu den Aufgaben der Arbeitsgruppe gehört es, die internationalen Einkaufsbereiche mit geeigneten Arbeitsinstrumenten bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsanforderungen zu unterstützen. Hierzu zählen Audit-Fahrpläne, Fragebögen zur Lieferantenselbsteinschätzung oder Konzepte für Korrekturmaßnahmen. Falls ein Lieferant gegen die Anforderungen der Telekom verstößt, unterstützt die SPWG die verantwortlichen Einkäufer: Mit Benchmarks und anderen Entscheidungshilfen macht sie es ihnen leichter, Wege aufzuzeigen und Motivationsarbeit zu leisten. Sie übernimmt außerdem Projektaufgaben in der Lieferantenentwicklung und erarbeitet Kennzahlen für die Bewertung unserer Nachhaltigkeitsleistung im Einkauf.

„CR-KLAUSEL“ EINGEFÜHRT.

Seit Juni 2013 ist die „Corporate Social Responsibility“- und Antikorruptionsklausel, kurz: „CR-Klausel“, fester Bestandteil unserer Allgemeinen Einkaufsbedingungen. Der Konzerneinkauf und T-Systems verwenden sie seitdem bei sämtlichen Lieferantenverträgen. Ihre Einführung bei den europäischen Landesgesellschaften erfolgt 2014. Die CR-Klausel beschreibt in 13 Paragrafen die ethischen, sozialen und ökologischen Grundsätze, deren Einhaltung wir von unseren Lieferanten fordern und zum Beispiel durch Kontrollen prüfen.

Die CR-Klausel knüpft ausdrücklich an die bestehenden internen Normenkataloge, den Code of Conduct und die Sozialcharta der Telekom an und bekräftigt deren Geltung auch für die Lieferanten und Vorlieferanten unseres Konzerns. Sie räumt der Telekom das Recht ein, von den Lieferanten Informationen zur Einhaltung von Menschenrechten, Arbeits- und Umweltstandards oder zu Korruptions- und Betrugsbekämpfung in ihren Verantwortungs- und Einflussbereichen zu verlangen

und diese zu prüfen. Mit jeder Vertragsunterzeichnung verpflichten sich die Lieferanten außerdem, konkrete Maßnahmen zur Vorbeugung und Bekämpfung von Korruption zu ergreifen, die gelieferten Waren und Dienstleistungen umweltfreundlicher und energieeffizienter zu machen und Auskunft über die verwendeten Inhaltsstoffe zu geben. Gesetzliche Regelungen und internationale Standards, die den Lieferanten in die Verantwortung nehmen, werden ausdrücklich aufgeführt und sind damit ebenfalls Vertragsbestandteil. Abschließend regelt die Klausel die Sanktionsmöglichkeiten, mit denen die Telekom auf Verletzungen der CR-Vertragsbedingungen reagieren kann.

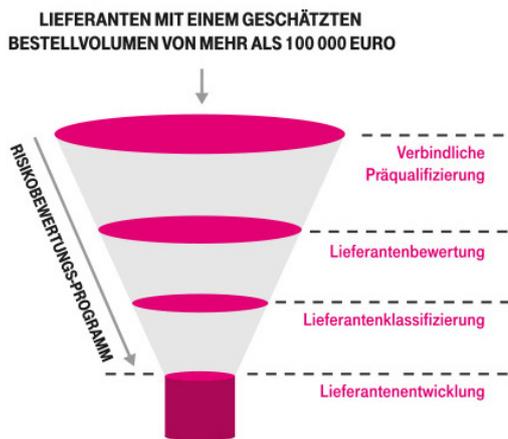
LIEFERANTENMANAGEMENT.

Die Telekom pflegt Lieferantenbeziehungen in mehr als 80 Ländern. Dabei setzen wir einerseits auf Vertrauen und Dialog, andererseits auf Kontrolle und leisten konkrete Unterstützung bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards. Verschiedene Instrumente, Methoden und Maßnahmen helfen uns, die Nachhaltigkeitsleistung in unserer Lieferkette zu verbessern. Grundsätzlich versuchen wir, die Ursache der Probleme zu erkennen und in engem Austausch mit unseren Lieferanten zu lösen.

MANAGEMENTANSATZ.

Je nach Entwicklungsstand einer Lieferantenbeziehung verwenden wir verschiedene Instrumente, um diese nachhaltiger zu gestalten. Seit Juni 2013 berücksichtigen wir beispielsweise bei allen Ausschreibungen konzernweit die Nachhaltigkeit der angefragten Produkte und Dienste. Diese wird neben anderen Entscheidungskriterien wie Preis und Qualität mit 10 Prozent gewichtet.

Darüber hinaus verwenden wir einen 4-stufigen Ansatz, um Risiken zu minimieren und Lieferanten weiter zu entwickeln. Das Trichter-Schaubild zeigt diesen Prozess: Bei potenziellen Lieferanten mit einem Bestellvolumen von mehr als 100.000 Euro fragen wir zunächst 16 nachhaltigkeitsrelevante Aspekte ab (Stufe 1). Diese beziehen sich auf Menschenrechte, Korruption sowie Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz.



Vierstufiger Ansatz zur Risikominimierung und Lieferantenentwicklung

Strategisch relevante Lieferanten rufen wir in der weiteren Geschäftsbeziehung dazu auf, ausführlichere Selbstauskünfte über das Informationssystem E-TASC zu geben. Experten werten diese anhand weiterer Hintergrundinformationen und gezielter Recherchen aus. Bei Zulieferern mit erhöhtem CR-Risiko gehen wir einen Schritt weiter und führen in ausgewählten Fällen Lieferantenprüfungen (Social Audits) vor Ort durch (Stufe 2). Wir konzentrieren uns dabei nicht nur auf direkte Lieferanten der Telekom, sondern – soweit möglich – auch auf Zulieferer der nachgelagerten Lieferkette.

Die Effektivität der Audits steigern wir außerdem, indem wir mit inzwischen neun anderen Unternehmen in der Joint Audit Cooperation (JAC) zusammen arbeiten. Durch die steigende Zahl der JAC-Mitglieder können wir bei gemeinsamen Lieferanten eine höhere Zahl an Audits realisieren.

Auf Basis dieser Auskünfte und Auditergebnisse werden wir unsere Lieferanten nach CR-Kriterien klassifizieren und bewerten (Stufe 3). 2014 erfolgt dies anhand eines systematischen Prozesses im Rahmen des Lieferantenmanagements. In enger Kooperation mit ausgewählten Lieferanten arbeiten wir außerdem an akuten Problemen. Best Practices, Benchmarks und gemeinsame Geschäftschancen nutzen wir dabei als Hebel für eine dauerhafte Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung. Diesem Zweck dient auch unser geplantes Entwicklungsprogramm für Lieferanten (Stufe 4).

Bei signifikanter Missachtung unserer Anforderungen starten wir einen Eskalationsprozess, um eine schnelle Lösung gemäß den Nachhaltigkeitsstandards der Deutschen Telekom zu erwirken. Alle Ergebnisse erfassen wir konzernweit.

VERZÖGERUNG BEI EINFÜHRUNG DES ENTWICKLUNGSPROGRAMMS FÜR LIEFERANTEN.

Auch wenn wir auf dem Weg hin zu einer nachhaltigen Beschaffung schon viel erreicht haben, gibt es noch einiges zu tun. Für 2013 stand auf dem Plan, ein Programm zur Lieferantenentwicklung einzuführen. Mithilfe des Programms wollen wir strategische und kritische Lieferanten dabei unterstützen, Geschäftspraktiken einzuführen, die sozial und ökologisch verträglich sowie wirtschaftlich effizient sind. Wir konnten das hierzu geplante Pilotprojekt bisher noch nicht starten, da wir 2013 noch keinen geeigneten Partner gefunden haben. Dieses Projekt wird 2014 jedoch umgesetzt, um die Nachhaltigkeit unserer Beschaffung noch weiter zu verbessern.

ERFASSUNG VON SCOPE-3-EMISSIONEN IN DER LIEFERKETTE.

Die Telekom sucht die Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten, um Treibhausgasemissionen in ihrer Lieferkette dauerhaft zu reduzieren. Seit 2011 haben wir deshalb mehrere Workshops mit Top-Lieferanten durchgeführt. Um geeignete Lösungen zu entwickeln, diskutierten wir dort Möglichkeiten der Erfassung von sogenannten Scope-3-Emissionen in den Lieferketten. Im Sommer 2013 führten wir hierzu einen entsprechenden Workshop mit dem Hersteller Ericsson durch. Im Berichtszeitraum konzentrierten wir uns darüber hinaus auf die Auswertung der Workshops aus den letzten beiden Jahren.

Wie sich zeigte, haben diese nicht alle in sie gesetzten Erwartungen erfüllen können. Den ursprünglichen Ansatz, die Scope-3-Emissionen in den der Telekom vorgelagerten Wertschöpfungsketten mit individuellen Lieferantenfragebögen zu ermitteln, verfolgen wir nicht weiter. Stattdessen legen wir hierbei die CDP-Berichterstattung unserer Lieferanten zugrunde.

SOCIAL AUDITS 2013.

Im Jahr 2013 wurden über das auf Konzernebene aufgesetzte und gesteuerte Auditierungsprogramm insgesamt 40 Social Audits bei direkten und indirekten Zulieferern der Deutschen Telekom durchgeführt. Wie in den Vorjahren konzentrierten sich unsere Auditaktivitäten dabei insbesondere auf Lieferanten in Asien. Aber auch in Lateinamerika und Osteuropa fanden Social Audits statt.

WORKSHOP MIT HUAWEI UND VORLIEFERANTEN IN CHINA.

Am 27. September 2013 veranstaltete die Deutsche Telekom mit dem Systemtechnikhersteller Huawei einen gemeinsamen Corporate-Responsibility-Workshop im chinesischen Shenzhen. Der Hintergrund: Trotz intensiver Bemühungen der Telekom kommt es weiterhin zu gravierenden Verstößen gegen unsere Nachhaltigkeitsanforderungen in der Lieferkette. Diese betreffen vor allem die Einhaltung von gesetzlichen Arbeitszeiten, eine faire Bezahlung sowie den Arbeits- und Gesundheitsschutz. Es mangelt insbesondere in den vorgelagerten Stufen der Wertschöpfungskette an Transparenz. Mit Unterstützung von Huawei wollen wir dies ändern. Huawei nimmt in der Lieferkette der Telekom und anderer führender ICT-Unternehmen eine Schlüsselstellung ein und hat auf dem chinesischen Markt großen Einfluss.

An der Veranstaltung beteiligten sich Manager von zehn direkten und nachgelagerten Huawei-Zulieferern. Huawei und die Telekom stellten unter anderem ihre Nachhaltigkeitsanforderungen, -werte und -prinzipien vor. Hochrangige Vertreter der Telekom machten an Beispielen insbesondere deutlich, wie gute Unternehmensführung im Sinne der Nachhaltigkeit zugleich den Unternehmenserfolg sichern kann.

Ein Schwerpunkt der Diskussion war unsere Forderung, die gesetzlichen Arbeitszeiten einzuhalten. Im Verlauf des Workshops zeigten sich die Teilnehmer für die Vorteile eines systematischen, am Nachhaltigkeitsgrundsatz orientierten Managements aufgeschlossen und bereit, auf Verbesserungen in ihren Betrieben hinzuwirken. Zugleich wurde vorgebracht, dass beispielsweise Überstunden von vielen Arbeitern freiwillig geleistet würden, um ihren Verdienst zu erhöhen. Außerdem bestünden die Kunden zwar durchgehend auf Einhaltung von Arbeitszeiten, forcierten aber durch unsachgemäße Bestellvorgänge und Planungen vielfach Überstunden der Mitarbeiter. Die Situation lasse sich daher nicht in einem Zug substantiell verändern. Vielmehr sei ein abgestuftes Vorgehen mit formellen Selbstverpflichtungen und klaren Fristen erforderlich.

LIEFERANTENENTWICKLUNG DURCH KONTROLLEN UND GUTE BEISPIELE.

Mit Prüfungen, Sanktionsandrohungen, ökonomischen Anreizen und tatkräftiger Unterstützung im Change-Management können wir risikobehaftete Lieferanten zu nachhaltigerem Wirtschaften bewegen. Dies zeigt folgendes Beispiel:

2012 beschuldigte eine internationale Nichtregierungsorganisation (NGO) einen unserer Zulieferer der Missachtung international anerkannter Arbeitsnormen. Die von uns veranlassten Audits bestätigten den Befund. Wir schlugen dem Lieferanten daraufhin gemeinsam mit BuyIn-Korrekturmaßnahmen vor. Er zeigte zunächst jedoch nur geringe Bereitschaft, diese umzusetzen. Erst nach einem Krisengespräch, bei dem wir den Abbruch der Geschäftsbeziehung in Aussicht stellten, und einem Besuch hochrangiger Vertreter unseres Unternehmens willigte er ein.

Unsere eigens zur Beratung des Lieferanten eingerichtete Taskforce konnte ihm darüber hinaus vermitteln, dass die Umsetzung der Maßnahmen seine Reputation verbessert und zusätzliche Gewinne verspricht. Verabredet wurden folgende Maßnahmenpakete:

- Aufbau einer Pilotereinheit, um neue Ansätze frühzeitig auf Risiken zu überprüfen
- Einbindung der Mitarbeiter in die Lösungsentwicklung
- Entwicklung technischer Lösungen und Trainingsangebote für Mitarbeiter, um Arbeitsprozesse zu erleichtern und die Produktivität zu steigern
- Einrichtung einer Modellfabrik, in der die gesetzlichen Arbeitszeiten und Mindestlohnvorgaben eingehalten werden

Der Erfolg unserer Intervention und der begleitenden Maßnahmen in den Jahren 2012 und 2013 lässt sich an vielen Faktoren festmachen: So sank die Fluktuationsrate auf – nicht nur für asiatische Verhältnisse – vorbildliche 8 Prozent. Auch die Produktivität konnte deutlich gesteigert werden. Innerhalb eines Jahres erhöhte sich die Anzahl der produzierten Einheiten um rund 500000 Stück; die Produktqualität stieg und die Fehlerquote sank. Außerdem ging die Rate der Verletzungen am Arbeitsplatz innerhalb von zwölf Monaten um 43 Prozent zurück. Die Maßnahmen trugen darüber hinaus dazu bei, die Kosten für die Anwerbung und das Anlernen neuer Mitarbeiter sowie die Überprüfung des Managements zu senken.

DELFIN-AUSZEICHNUNG FÜR LIEFERANTEN UND ANDERE UNTERNEHMEN.

Im Jahr 2013 verlieh die Magyar Telekom den DELFIN-Preis erstmals nicht nur an eigene Lieferanten, sondern auch an andere ungarische Unternehmen. Das Akronym DELFIN bedeutet auf Ungarisch „Auszeichnung für eine engagierte, nachhaltige und innovative Generation“. Ausgezeichnet werden Unternehmen, die sich mit Nachdruck für eine nachhaltige Entwicklung engagieren. Die Auszeichnungen 2013 wurden in drei Nachhaltigkeitskategorien vergeben:

- „Nachhaltige Innovation“,
- „Förderung der Chancengleichheit und Kampf gegen Diskriminierung in Unternehmen und Gesellschaft“ und
- „Nachhaltigkeit in Bildung und Ausbildung“.

Das Unternehmen Interpower erhielt beispielsweise eine DELFIN-Auszeichnung in der ersten Kategorie für eine Innovation, mit der Magyar Telekom fast 2 000 MWh Energie und 1 240 Tonnen CO₂-Emissionen einsparen konnte.

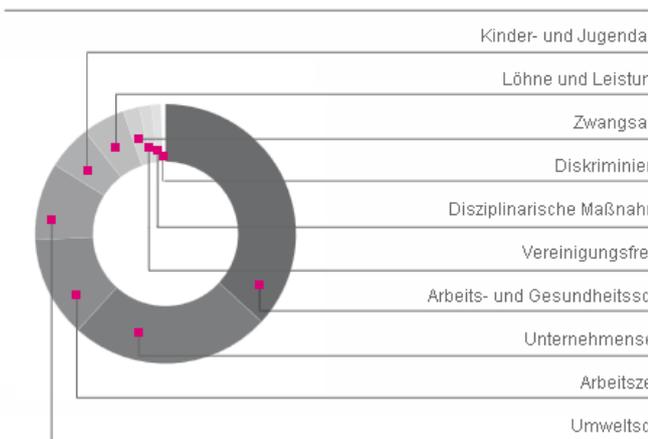
SELBSTAUSKUNFT VON LIEFERANTEN IN GRIECHENLAND.

Im Jahr 2013 wurden 97 Lieferanten der griechischen Landesgesellschaft OTE und 155 Lieferanten von Cosmote bewertet. Die Auswahl erfolgte auf der Basis ihres Gesamtauftragsvolumens im Zeitraum vom Oktober 2011 bis September 2012. Cosmote-Lieferanten wurden gebeten, eine Selbstauskunft zu ihrer Leistung im Bereich Nachhaltigkeit abzugeben, um sie für gesellschaftliche und unternehmerische Verantwortung zu sensibilisieren und Informationen zu ihren Managementsystemen und -richtlinien zu erhalten. Der Fragebogen enthielt Fragen zu folgenden Bereichen: Corporate Responsibility/Nachhaltigkeit, Arbeit/Ethik, Umwelt, Gesundheit und Arbeitsschutz, Qualität und Business Continuity Management.

AUDITERGEBNISSE 2013.

Im Jahr 2013 wurden über das auf Konzernebene aufgesetzte und gesteuerte Auditierungsprogramm insgesamt 40 Social Audits bei direkten und indirekten Zulieferern der Deutschen Telekom durchgeführt. Wie in den Vorjahren konzentrierten sich unsere Auditaktivitäten dabei insbesondere auf Lieferanten in Asien. Aber auch in Lateinamerika und Osteuropa fanden Social Audits statt.

Zu den auditierten Lieferanten gehörten Produzenten aus den Bereichen Terminals, IT-Services, IT-Hardware/Software, Network. Dabei wurden keine Korruptionsvorfälle aufgedeckt.



ERGEBNISSE UND VERBESSERUNGEN.

2013 wurden insgesamt 40 Audits von externen und internen Auditoren durchgeführt. Die überwiegende Mehrzahl dieser Audits fand im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) statt. Wesentliche Schwachstellen und erhebliche Verbesserungspotenziale weisen vor allem folgende Bereiche auf:

- Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz
- Unternehmensethik
- Arbeitszeiten

Insgesamt wurden in 342 Fällen Verstöße gegen Lieferantenanforderungen der Telekom aufgedeckt, von denen 41 als kritisch einzustufen sind. Auf Basis der Feststellungen wurden unmittelbar Maßnahmen eingeführt, um die Bedingungen vor Ort zu verbessern. Beispiele für Funde und abgeschlossene Verbesserungsmaßnahmen finden Sie unten. CR-Bericht des Vorjahres

ARBEITSSICHERHEIT- UND GESUNDHEITSSCHUTZ.

Bereich	Ergebnisse	Maßnahmen und Verbesserungen
Arbeitsschutz	Keine Ursachenanalyse für Betriebsunfälle.	Implementierung eines Prozesses zur Ursachenanalyse und Kontrolle bei Betriebsunfällen, um signifikante Risiken zu identifizieren und zu mindern.
	Brandschutzübungen fanden nicht regelmäßig statt.	Einführung regelmäßiger Brandschutzübungen für alle Mitarbeiter der Tages- und Nachtschichten.
	Kein Produkteignungsnachweis für Aktivkohlemasken verfügbar, die den Mitarbeitern beim Löten zur Verfügung gestellt werden.	Ein Eignungsnachweis für persönliche Schutzausrüstung (PSA), die Mitarbeitern zur Verfügung gestellt wird, wurde von der lokalen Behörde ausgestellt.
	Erste-Hilfe-Kästen stehen für alle Produktionslinien zur Verfügung, sind aber nicht deutlich gekennzeichnet.	Die Position der Erste-Hilfe-Kästen wurde mit geeigneten Schildern deutlich gekennzeichnet.
	Im Materiallager existieren keine ausreichenden Notausgänge.	Installation von zwei zusätzlichen Notausgängen, um die Sicherheit der Mitarbeiter zu gewährleisten.
	Keine Notfallvorrichtungen zum Augenspülen im Chemikalienlager.	Eine Augenspülstation für Notfälle wurde installiert.
	Das Brandmeldesystem im Wohngebäude funktionierte nicht korrekt, und in den Stockwerken des Gebäudes war kein Notfall-Fluchtplan ausgehängt.	Das Brandmeldesystem im Wohngebäude wurde repariert und funktioniert jetzt korrekt. Notfall-Fluchtpläne wurden in jedem Stockwerk des Gebäudes ausgehängt.
	Keine regelmäßigen medizinischen Untersuchungen auf Berufskrankheiten durch gefährliche Substanzen für Mitarbeiter, die in Gefahrenbereichen arbeiten.	Eine medizinische Beurteilung im Hinblick auf Berufskrankheiten durch gefährliche Substanzen wird jetzt regelmäßig für Mitarbeiter durchgeführt, die in Gefahrenbereichen arbeiten.
	Durchschnittliche Schlafräumfläche pro Mitarbeiter im Wohngebäude etwa 3 Quadratmeter.	Reduzierung der Wohngebäudebelegung, um für jede Person eine durchschnittliche Wohnfläche von mindestens 5 Quadratmetern zu gewährleisten.
	Umwelt	Mitarbeiter kennen die Umweltschutzziele aufgrund fehlender Kommunikation seitens des Managements nicht.

UNTERNEHMENSETHIK

Bereich	Bereich	Maßnahmen und Verbesserungen
Unternehmenswerte	Mitarbeiter kennen den internen Code of Conduct nicht.	Alle Mitarbeiter sind jetzt verpflichtet, den neuen Code of Conduct zu unterschreiben. Regelmäßige Kommunikation und Schulung der Mitarbeiter zu diesem Thema wurde mittlerweile eingeführt.
	Keine adäquate Prüfung, ob verwendete Mineralien/Metalle aus Konfliktregionen und/oder angrenzenden Ländern stammen.	Implementierung der Richtlinien zu Konfliktmineralien und vertragliche Verpflichtungen für Zulieferer, um eine konfliktfreie Beschaffung von Komponenten und Rohstoffen zu gewährleisten.

ARBEITSZEITEN.

Bereich	Bereich	Maßnahmen und Verbesserungen
Arbeit und Ethik	Die reguläre Wochenarbeitszeit der Mitarbeiter einschließlich der täglichen bzw. monatlichen Überstunden überschritten die jeweils geltenden gesetzlichen Grenzen.	Das Unternehmen hat den Produktionsplan angepasst, um die Arbeitszeiten zu reduzieren und die gesetzlichen Vorgaben einzuhalten.
	Die Mitarbeiter hatten nach sieben Arbeitstagen keinen freien Tag.	Die Personalabteilung überwacht jetzt regelmäßig die wöchentlichen und monatlichen Arbeitstage, um sicherzustellen, dass die Mitarbeiter nach sieben Arbeitstagen einen freien Tag haben.
	Schwangeren Mitarbeiterinnen wurde kein ausreichender Mutterschaftsurlaub gewährt.	Die Mutterschaftsrichtlinien wurden geändert, um die jeweils geltenden gesetzlichen Vorgaben einzuhalten, und an alle Mitarbeiter kommuniziert.
Kinderarbeit & jugendliche Mitarbeiter	Mitarbeiter unter 18 Jahren wurden während der Nachtschichten angetroffen.	Minderjährige Mitarbeiter dürfen nicht für Spät- oder Nachtschichten eingeteilt werden. Die Personalabteilung überwacht jetzt regelmäßig das Alter der Mitarbeiter in den Spät- und Nachtschichten.

RESSOURCENKNAPPHEIT UND ROHSTOFFGEWINNUNG.

Die Herstellung elektronischer Geräte wie Smartphones kann die Umwelt beeinträchtigen und verbraucht große Mengen an Wasser und Energie. Da sich die Produktionsstätten von Lieferanten und Herstellern teilweise in Regionen befinden, in denen Wasserknappheit herrscht oder die Stromversorgung der Bevölkerung unzureichend ist, spielt die Verfügbarkeit von Ressourcen dort eine noch größere Rolle als beispielsweise in Deutschland.

In Smartphones und anderen ICT-Produkten werden außerdem wertvolle Rohstoffe wie Metalle verarbeitet. Manche Metalle wie Tantal, Gold, Zinn oder Wolfram werden aus Erzen gewonnen, die teilweise im Osten der Demokratischen Republik Kongo unter menschenunwürdigen beziehungsweise bürgerkriegsartigen Bedingungen gefördert werden. Die Erträge dienen den dortigen Konfliktparteien unter anderem zur Finanzierung von Bürgerkriegen. Die Telekom stellt selbst keine ICT-Produkte her: Sie kauft diese von internationalen Herstellern und vertreibt sie in ihren Geschäften, bietet sie im Rahmen von Dienstleistungen an oder setzt sie in ihrer Netzinfrastruktur ein. Von ihren Lieferanten fordert sie, keinen dieser sogenannten Konfliktrohstoffe zu verwenden. Außerdem unterstützt sie Brancheninitiativen, die sich für eine nachhaltigere Lieferkette einsetzen.

MANAGEMENTANSATZ.

Die Telekom fordert von ihren Lieferanten, die Umwelt zu schützen und verantwortlich mit Ressourcen umzugehen. Diese Anforderungen haben wir in unserer Sozialcharta festgehalten. Außerdem sind sie detailliert in der CR-Klausel aufgeführt, die seit 2013 fester Bestandteil unserer Allgemeinen Einkaufsbedingungen ist. Um ihnen Nachdruck zu verleihen, verlangen wir von unseren Zulieferern Selbstauskünfte und führen Lieferantenkontrollen durch. Dabei prüfen wir unter anderem, ob unsere Lieferanten über ein Umweltmanagementsystem verfügen, und wie sie ihren Energie- und Wasserverbrauch managen. Außerdem fragen wir sie explizit nach ihrem Abfallmanagementsystem.

Umgang mit kritischen Rohstoffen.

Die Deutsche Telekom arbeitet mit Lieferanten und Brancheninitiativen zusammen, um auf eine verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung hinzuwirken. Dabei macht sie sich unter anderem dafür stark, keine Konfliktrohstoffe in von ihr gehandelten Geräten oder eingesetzter Netztechnik zu verarbeiten.

Durch unser 2005 veröffentlichtes „Coltan Statement“ beziehungsweise durch unser 2009 verabschiedetes „Statement on Extractives“ 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 die Berücksichtigung des Deutsche Telekom „State-

ment on Extractives“. In der Kooperation mit den Branchenverbänden Global e-Sustainability Initiative und Electronic Industry Citizenship Coalition tragen wir dazu bei, die Conflict-Free Sourcing Initiative (CFSI) weiterzuentwickeln. Diese unterstützt Unternehmen dabei, Konfliktrohstoffe zu identifizieren und den Handel beziehungsweise die Produktion damit zu vermeiden.

GEGEN KONFLIKTROHSTOFFE: TEILNAHME AN DER CONFLICT-FREE SOURCING INITIATIVE.

Die Telekom unterstützt die Conflict-Free Sourcing Initiative (CFSI) seit ihrer Gründung 2008. Es handelt sich dabei um die größte Initiative der Wirtschaft für verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung. Ihr Ziel ist es, Konfliktrohstoffe als solche zu identifizieren und deren Handel beziehungsweise Produktion zu verhindern.

Die CFSI geht auf eine seit 2008 bestehende Arbeitsgruppe der Branchenverbände Global e-Sustainability Initiative und Electronic Industry Citizenship Coalition (Extractives Working Group) zum Thema nachhaltige Rohstoffgewinnung zurück. 2013 wurde diese in die CFSI überführt. Die Arbeitsgruppe öffnete sich damit für weitere Branchen und zählt inzwischen über 120 Unternehmen zu ihren Mitgliedern. Zum Beispiel konnte die Anzahl der verantwortungsvollen Verhüttungsbetriebe durch Kooperationen mit Wirtschaftsverbänden der Schmuck- und Goldindustrie (Responsible Jewellery Council, London Bullion Market Association) erhöht werden. Bis Ende 2013 konnte durch die Initiative 64 Verhüttungsbetrieben eine konfliktfreie Rohstoffbeschaffung attestiert werden.

KLIMA & UMWELT.



Bis 2020 wollen wir unsere CO₂-Emissionen um rund 430 000 Tonnen senken. In 2020 wollen wir unsere CO₂-Emissionen um rund 430 000 Tonnen gegenüber 2008 gesenkt haben. Dies entspricht den Emissionen von rund 28 000 Erdumrundungen per Flugzeug.

VERABSCHIEDUNG EINES KONZERNWEITEN KLIMASCHUTZZIELS

„Mit der Reduktion unserer CO₂-Emissionen um 20 Prozent leisten wir einen wertvollen Beitrag zu einer klimafreundlichen und zukunftsorientierten Gesellschaft. Ziel ist es, unseren Kunden unsere Produkte und Dienstleistungen energieeffizient anzubieten.“

Luis Neves, Konzernbeauftragter für Klimaschutz und Nachhaltigkeit

Ziel

den gesamten Ausstoß von CO₂-Emissionen im Konzern (ohne T-Mobile USA) gegenüber 2008 bis zum Jahr 2020 um 20 Prozent reduzieren

Erfolg

An der Festlegung des konzernübergreifenden Klimaschutzziels beteiligten sich 40 Geschäftseinheiten in 29 Ländern, darunter in den Niederlanden, Österreich, Deutschland, China, Malaysia, Brasilien und Südafrika. Das gemeinsame Ziel wurde im Dezember 2013 vom Vorstand verabschiedet.

Umsetzung

Basis für die Entwicklung des Klimaziels waren systematische Messungen direkter (Scope 1) und indirekter (Scope 2) CO₂-Emissionen sowie Potenzialanalysen auf Ebene jeder Gesellschaft. Zusätzlich wurde die Entwicklung von Geschäftsreisen berücksichtigt. Besondere Herausforderung: den Energiebedarf trotz zunehmender Datenmengen und hoher Investitionen in moderne Netzwerktechnologie nicht in gleichem Maße steigen zu lassen.

Zusammen mit unseren Stakeholdern bestimmen wir jedes Jahr die Themen, die für eine nachhaltige Geschäftsentwicklung wesentlich sind (Materiality-Prozess). Wie wir sie umsetzen, zeigt zum Beispiel die Verabschiedung des konzernweiten Klimaschutzziels. Eine Übersicht der zentralen Themen für den Bereich Klima und Umwelt ist im folgenden Diagramm dargestellt. Per Mausklick auf die Punkte in der Begriffe erfahren Sie mehr dazu.



KLIMASCHUTZSTRATEGIE.

Der globale CO₂-Ausstoß steigt beinahe ungebremst weiter an, so der Weltklimarat in seinem aktuellen Sachstandsbericht. Die Folgen für Menschen und Umwelt sind unter anderem: Naturkatastrophen, Wetterextreme, Anstieg des Meeresspiegels, Artensterben und Umweltflüchtlinge. Wie die SMARTer-2020-Studie zeigt, kann die ICT-Branche und damit auch die Deutsche Telekom Teil der Lösung im Kampf gegen den Klimawandel sein. Durch intelligente Lösungen wie Smart Grid oder Smart Home hilft sie Industrie und Verbrauchern, Energie zu sparen und somit CO₂-Emissionen zu reduzieren. Durch Maßnahmen zur Senkung von Energieverbrauch und Emissionen im eigenen Konzern will die Telekom auf dem Weg in die klimafreundliche Gesellschaft mit gutem Beispiel vorangehen.

MANAGEMENTANSATZ

„Wir übernehmen Verantwortung für eine klimafreundliche Gesellschaft.“ lautet ein wichtiges Handlungsfeld unserer CR-Strategie. Mit dem 2013 beschlossenen konzernweiten Klimaschutzziel, unsere CO₂-Emissionen bis 2020 gegenüber 2008 um 20 Prozent zu senken, wollen wir dieser Verantwortung entsprechen. Hierzu haben wir Maßnahmen definiert und Messinstrumente entwickelt.

Messung unseres Erfolgs.

Wie auch bei der Messung weiterer Nachhaltigkeitsinitiativen wurden als Maßstab für die erfolgreiche Umsetzung der Klimaschutzbemühungen entsprechende Kennzahlen, die sogenannten CR Key Performance Indikatoren (CR KPI), eingeführt. Die dafür bisher genutzten und weiterhin gültigen CR KPI „CO₂-Emissionen“ und „Energieverbrauch“ befinden sich derzeit in Diskussion.

Messung direkter und indirekter Emissionen.

Bei der Messung unserer CO₂-Emissionen verwenden wir den international anerkannten Standard des Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Dieser unterscheidet drei Kategorien von CO₂-Emissionen nach GHG-Scope 1, 2 und 3.

In den vergangenen Jahren haben wir die Messung der GHG-Scope-1- und -Scope-2-Emissionen konzernweit etabliert. Die Erfassung von Scope-3-Emissionen ist deutlich komplexer, weil dabei auch die Emissionen unserer Kunden und Lieferanten einbezogen werden. Bisher wurden Scope-3-Emissionen nur zum Teil, das heißt in Form von Geschäftsreisen, berücksichtigt. 2013 haben wir einen Leitfaden zur konzernweiten Erfassung von Scope-3-Emissionen erarbeitet, den wir in den nächsten Jahren in allen Landesgesellschaften einführen wollen. Die besonders komplexe Erfassung der Emissionen aus den Lieferketten haben wir dabei in Lieferantengesprächen und Meetings intensiv diskutiert.

Kooperation für Innovation und Klimaschutz.

Ein wirksamer Klimaschutz erfordert gemeinsame Anstrengungen von Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Um entschlossen für den Klimaschutz einzutreten, engagieren wir uns in vielen nationalen und internationalen Initiativen. Zu nennen ist hier vor allem die Global e-Sustainability Initiative (GeSI), ein Verband weltweit führender ICT-Unternehmen mit dem Ziel, die Nachhaltigkeit der Branche weiter zu verbessern. Seit dem Jahr 2013 ist auch die Landesgesellschaft T-Mobile USA eigenständiges Mitglied bei GeSI.

Mitarbeiterbindung für den Klimaschutz.

Unsere Mitarbeiter spielen für die Erreichung des Klimaschutzziels eine zentrale Rolle. Daher binden wir sie aktiv ein, zum Beispiel über einen Ideenwettbewerb, die Fotoaktion „Mein Beitrag zum Klimaschutz“ oder in unseren Corporate-Volunteering-Aktivitäten.

Telekom im Carbon Disclosure Leadership Index der DACH-Region.

Die Telekom berichtet transparent über ihre Klimaschutzanstrengungen. Dies hat uns das Carbon Disclosure Project bestätigt. 2013 wurden wir deshalb in den Carbon Disclosure Leadership Index der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz) aufgenommen. Für unsere Angaben erhielten wir 90 von 100 möglichen Punkten; damit gehören wir zu den besten zehn Prozent der Unternehmen in dieser Region.

Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien.

Für Deutschland erfolgte bis zum Jahr 2012 die Beschaffung von Strom aus 100 Prozent erneuerbaren Energien über RECS (Renewable-Energy-Certificates-System)-Zertifikate. Aufgrund der fehlenden, unmittelbaren ökologischen Wirkung sowie der umstrittenen Anerkennung dieser Zertifikate wurde dann entschieden, diesen Weg nicht weiter zu verfolgen. Im Rahmen der CR-Strategie der Telekom erscheint es derzeit ökologisch und ökonomisch sinnvoller, weiter in die Reduktion unseres Energieverbrauchs zu investieren und die Energieeffizienz zu erhöhen. Für Deutschland lag der von uns genutzte Anteil von Strom aus erneuerbaren Energiequellen im Jahr 2013 bei etwa 25 Prozent, was dem allgemeinen Energiemix entspricht. Bei internationalen Konzerneinheiten wird zum Teil weiterhin über den allgemeinen Strommix hinaus durch den Kauf von Zertifikaten ein höherer Anteil von Strom aus erneuerbaren Energien erzielt (z.B. in den Niederlanden, Ungarn oder Griechenland). Auch wenn wir den Anteil des genutzten Stroms aus erneuerbaren Energien bisher nicht für die Erreichung unseres konzernweiten Klimaschutzziels berücksichtigen, beobachten wir kontinuierlich die Veränderungen am Markt und analysieren zukünftige Nutzungsmöglichkeiten. Eine Möglichkeit für die Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien wird seit dem Jahr 2013 über die Grenzen Deutschlands hinaus analysiert (mehr Grünstrom in europäischen Landesgesellschaften).

KONZERNWEITES KLIMASCHUTZZIEL FESTGELEGT.

Basierend auf der Entwicklungsarbeit einer konzernweiten Gruppe von unternehmensinternen Energie- und Klimaexperten wurde Ende 2013 durch den Vorstand der Deutschen Telekom ein konzernübergreifendes, strategisches Klimaschutzziel verabschiedet: Ziel ist es, den gesamten Ausstoß von CO₂-Emissionen in unserem Konzern (ohne T-Mobile USA) gegenüber 2008 bis zum Jahr 2020 um absolut 20 Prozent zu reduzieren. An der Festlegung des konzernübergreifenden Klimaschutzziels beteiligten sich 40 Geschäftseinheiten in 29 Ländern, darunter neben europäischen Einheiten wie in den Niederlanden, Österreich oder Deutschland auch internationale Einheiten, zum Beispiel in China, Malaysia, Brasilien oder Südafrika.

Basis für die Entwicklung des Klimaziels waren systematische Messungen der Scope-1- und -2-Emissionen und Potenzialanalysen auf Ebene jeder Gesellschaft. Zusätzlich wurde die Entwicklung von Geschäftsreisen berücksichtigt, auch wenn diese zu Scope-3-Emissionen zählen. Die besondere Herausforderung dabei: den Energiebedarf trotz zunehmender Datenmengen und hoher Investitionen in moderne Netzwerktechnologie nicht in gleichem Maße steigen zu lassen, sondern im Gegenteil sogar zu senken. Nicht zuletzt auch, um den Kunden unsere Produkte und Dienstleistungen energieeffizient anbieten zu können.

Als Teil der Vorstandsentscheidung wurde neben der Etablierung von Instrumenten zur zentralen Steuerung und Überwachung auch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Klimastrategie beschlossen. Die Hebung weiterer Effizienzpotenziale, die Investition in Klimaprojekte (z.B. nach Vorbild der Kyoto-Mechanismen) oder die verstärkte Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien bieten dabei interessante Möglichkeiten für die zusätzliche Reduktion von CO₂-Emissionen.

Die einzelnen Gesellschaften werden zu unserem konzernweiten Klimaschutzziel in unterschiedlichem Maße beitragen. Gründe hierfür sind etwa landesspezifische Markt- und Geschäftsentwicklungen und unterschiedliche Ausbauszenarien (z.B. Ausbau der Mobilfunknetze, Konsolidierung von Rechenzentren), aber auch sonstige klimatische und geografische Gegebenheiten, die Einfluss auf die Energieeffizienzmaßnahmen haben können.

Die Verantwortung für das Klimaschutzziel, das heißt dessen Erreichung und Weiterentwicklung, liegt in der Hand des Konzernbeauftragten für Klimaschutz und Nachhaltigkeit. In einem jährlichen Statusbericht wird der Vorstand durch ihn über den aktuellen Entwicklungsgrad des verabschiedeten Ziels informiert.

FORTSCHRITTE BEI DER ERFASSUNG VON EMISSIONEN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE.

Scope-3-Emissionen entstehen zum Beispiel durch unsere Mitarbeiter auf dem Weg zur Arbeit oder wenn unsere Kunden unsere Produkte nutzen. Auch diese Scope-3-Emissionen reduzieren wir bereits, beispielsweise durch Jobtickets zur Nutzung von öffentlichen Verkehrsmitteln für unsere Mitarbeiter. Wie beträchtlich diese Emissionen sind, zeigt die Tatsache, dass unsere Beschäftigten in Deutschland allein beim Arbeitsweg eine Menge an CO₂-Emissionen verursachen, die rund 12 Prozent unserer gesamten Scope-1- und -2-Emissionen entspricht.

2013 haben wir Fortschritte bei der Messung dieser Scope-3-Emissionen gemacht: So können wir nun die 10 von 15 Kategorien des GHG-Protokolls berechnen, die wir als für uns relevant eingestuft haben. Unser Ziel ist es, über all unsere wesentlichen Scope-3-Emissionen zu berichten; 2014 sollten wir das in Deutschland und 2016 konzernweit erreicht haben.

BIS 2016: 10 PROZENT MEHR GRÜNSTROM IN EUROPÄISCHEN LANDESGESELLSCHAFTEN.

Alle europäischen Landesgesellschaften der Telekom sollen den Anteil erneuerbarer Energien bei ihrem Stromverbrauch bis 2016 um mindestens 10 Prozent erhöhen und – soweit die Liberalisierung des Strommarkts dies bis dahin zulässt – einen Anteil von 10 Prozent über dem jeweiligen nationalen Energiemix erreichen.

Mit dieser Maßnahme wollen wir neues CO₂-Einsparpotenzial erschließen, das sogar über unser konzernweites Klimaschutzziel hinausgeht. Im Jahr 2013 starteten wir dazu ein Projekt, um die Prozesse in der Strombeschaffung länderübergreifend zu koordinieren, Beschaffungsmodelle zu optimieren und Synergien zu schaffen. Wir wollen dabei voneinander lernen und mittelfristig unseren Strom nicht mehr einzeln, sondern gemeinsam einkaufen. Dies ist allerdings nur machbar, wenn die Regularien beim Stromeinkauf bis dahin in möglichst vielen EU-Ländern vereinheitlicht sind.

KLIMASCHUTZMASSNAHMEN.

Der Betrieb unserer Netzinfrastruktur (Festnetz, Mobilfunk und Rechenzentren) in Deutschland hat mit circa 70 Prozent den größten Anteil an unserem nationalen Energieverbrauch. Große Energiemengen entfallen auch auf die Nutzung unserer Gebäude mit rund 15 Prozent und den Betrieb unserer Geschäfts- und Dienstfahrzeugflotte mit etwa 10 Prozent (die Fahrzeugflotte der Telekom in Deutschland gehört mit circa 27000 Fahrzeugen zu den größten in Europa). Auf alle drei Bereiche konzentrieren wir deshalb unsere Maßnahmen zur Energieeinsparung und CO₂-Reduktion.

MANAGEMENTANSATZ (ENERGIEEFFIZIENTE NETZE).

Die Telekom betreibt in Europa und den USA eigene Fest- beziehungsweise Mobilfunknetze sowie Rechenzentren. Der größte Anteil unseres Energiebedarfs geht auf den Betrieb dieser Netzinfrastruktur zurück. Im Interesse unserer Kunden steigern wir laufend deren Leistung, dies ist auch immer mit einem höheren Energiebedarf verbunden. Um dennoch unseren Energiebedarf zu reduzieren, verfolgen wir drei Stoßrichtungen:

- Wir optimieren die Bereitstellung und Umwandlung von Energie beispielsweise durch verbesserte Energiespeicher oder Gleichrichter,
- wir modernisieren unsere Netzinfrastruktur (zum Beispiel durch den Ausbau von IP-Technologie) und bauen veraltete Technik konsequent ab,
- wir nutzen für die Umgebung unserer netztechnischen Anlagen energieeffizientere Beleuchtungs-, Überwachungs- und vor allem Kühltechnik.

Mit der Unterzeichnung des EU Broadband Code of Conduct sowie des EU Data Centre Code of Conduct bekennen wir uns zu einer hohen und kontinuierlich verbesserten Energieeffizienz unserer Produkte und Dienstleistungen.

Strategische und operative Verantwortung für Klimaschutzmaßnahmen.

Zur Umsetzung des konzernweiten Klimaschutzziels müssen auf der Ebene der Landesgesellschaften ebenfalls Klimaschutzziele definiert und umgesetzt werden. Die Festlegung der Ziele und Überwachung der Maßnahmen verantwortet der Technische Direktor des Telekom-Konzerns. Die praktische Umsetzung der Maßnahmen liegt in der Verantwortung der einzelnen Landesgesellschaften.

Messung und Steuerung des Energiebedarfs in Rechenzentren. Eine wichtige Kennzahl zur Steuerung unserer Klimaschutzmaßnahmen ist die PUE (Power Usage Effectiveness). Mit ihr messen wir die Energieeffizienz unserer Rechenzentren. Ein PUE-Wert von zum Beispiel 2,0 besagt, dass zusätzlich zum Stromverbrauch der Server noch einmal die gleiche Menge Nebenstrom benötigt wird. Dieser dient hauptsächlich der Klimatisierung und dem Betrieb der Umrichter unserer unterbrechungsfreien Stromversorgung (USV), die den Wechselstrom in Gleichstrom umwandeln. Bei neuen, hocheffizienten Rechenzentren werden PUE-Werte unterhalb von 1,3 angestrebt. Hierbei beträgt der Nebenstrom weniger als 30 Prozent des für die IT benötigten Stroms. Der durchschnittliche PUE-Wert der bestehenden Rechenzentren von T-Systemen in Deutschland wurde im Zeitraum von 2008 bis 2013 von 1,85 auf 1,64 gesenkt – unser Ziel von 1,6 bis Ende 2013 haben wir beinahe erreicht. Dies entspricht einer Verbesserung der Energieeffizienz von 25 Prozent.

Für große Rechenzentren in Deutschland ermitteln wir den PUE-Wert monatlich und schaffen so interne Anreize, um die Effizienz stetig zu verbessern. Außerdem erheben wir zur Steuerung unseres Energiemanagements regelmäßig weitere Kennzahlen. Dazu gehören zum Beispiel der Stromverbrauch je Quadratmeter Nutzfläche oder die Serverraumtemperaturen.

MANAGEMENTANSATZ (GEBÄUDE).

Das Energiemanagement unserer Gebäude unterteilt sich in die Schwerpunkte „Heizenergie“ und „Stromverbrauch“. Für beide Bereiche haben wir als Beitrag zur Erreichung unseres Klimaziels in Deutschland Teilziele definiert. Die Fortschritte bei deren Umsetzung messen wir zweimal jährlich.

Heizung und Warmwasser.

Pro Jahr verbrauchen wir deutschlandweit circa 600 GWh an Heizenergie vorwiegend aus der Verbrennung von Gas und Heizöl sowie aus Fernwärme. Dies entspricht der Energiemenge, die nötig ist, um etwa 100000 Neubauwohnungen mit Heizung und Warmwasser zu versorgen. Um den Verbrauch zu senken, ermitteln wir den grundlegenden Instandsetzungsbedarf unserer Immobilien, führen Wirtschaftlichkeitsanalysen durch und konzentrieren uns im Rahmen des verfügbaren Budgets auf die notwendigen sowie besonders wirtschaftlichen Maßnahmen wie:

- Optimierung der Heizzentralen (Hydraulischer Abgleich, Einstellung der Regeltechnik, Isolierung von Leitungen)
- Erneuerung der Heizanlagen und Pumpen mithilfe der Brennwerttechnik
- Wärmerückgewinnung aus der Abwärme von Rechenzentren
- Einsatz von Blockheizkraftwerken

Bevor wir Maßnahmen einleiten, bewerten wir alle unsere Gebäude mit einem einheitlichen Kennzahlensystem. Anhand der Daten identifizieren wir Objekte mit besonders hohen Verbrauchswerten, analysieren deren Schwachstellen und Optimierungspotenzial mit detaillierten Mikroanalysen und setzen entsprechende Schwerpunkte für Verbesserungen. Die allgemeine Verantwortung für die Messungen, Analysen und darauf basierenden Maßnahmen trägt die Konzernfunktion für das Gebäudemanagement.

Elektrizität.

Den größten Anteil am Stromverbrauch unserer Gebäude haben die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter sowie Beleuchtung, IT und Haustechnik mit Pumpen, Lüftung, Kältetechnik und Aufzügen. Die Schwerpunkte unserer Einsparmaßnahmen setzen wir in folgenden Bereichen:

- Einsatz von LED-Beleuchtung in Tiefgaragen und Fluren
- Ausschalten von Haustechnik außerhalb der Nutzungszeiten
- Einsatz moderner Pumpen und Ventilatoren
- Bedarfsangepasste Regelung der Raumtemperaturen

Um die Energieeffizienz unserer Prozesse zu steigern, nutzen wir ein Energiemanagementsystem nach ISO 50001. Den Handlungsbedarf ermitteln wir, indem wir ähnliche Objekte anhand bestimmter Kennzahlen wie „Kilowattstunden pro Quadratmeter“, „Energieverbrauch um Mitternacht“ oder „Spitzenlast“ miteinander vergleichen. Das Energiemanagementsystem verantwortet die PASM. Um energiesparende Betriebsweisen für unsere Arbeitsplätze zu entwickeln, betreiben wir außerdem Forschungsprojekte zu energiesparenden Netzsteuerungen (Load-adaptive Networks & LANs).

MANAGEMENTANSATZ (NACHHALTIGE MOBILITÄT).

Bis 2015 wollen wir für die durchschnittlichen CO₂-Emissionen aller neu angeschafften Pkws (Geschäfts- und Dienstfahrzeuge) den Wert von 110 g/km erreichen. Der angestrebte Wert liegt damit deutlich unterhalb des EU-Ziels von 120 g/km, das wir bereits 2012 erreicht hatten. Verantwortlich für die Umsetzung unseres Ziels ist unser interner Dienstleister Telekom MobilitySolutions.

Um unser Ziel eines CO₂-optimierten Fuhrparks zu erreichen, verfolgen wir in unserem Flottenmanagement eine auf folgenden drei Säulen beruhende Strategie:

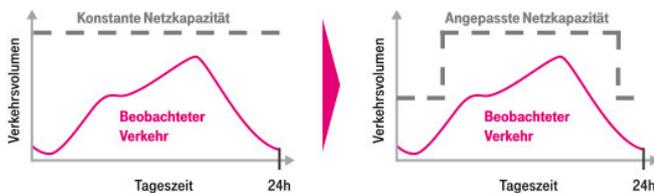
- „Rightsize“: Auswahl angemessen dimensionierter, energieeffizienter und schadstoffarmer Fahrzeuge. Dies gilt nicht nur für den Einkauf von Service-Fahrzeugen. Durch die Einführung der Green Car Policy und die Bereitschaft der Fahrer kleinere, verbrauchoptimierte Fahrzeuge zu wählen, entwickeln wir die Flotte nachhaltig weiter.
- „Econimize“: Förderung einer kraftstoffsparenden und damit emissionsarmen Fahrweise durch Fahrertrainings.
- „Substitute“: Pilotierung und Erprobung alternativer Mobilitätskonzepte.

ENERGIEEFFIZIENZ IM NETZ.

Stromsparen durch mehr Energieeffizienz im Netzbetrieb ist ein zentraler Bestandteil unserer Klimastrategie. Für das Festnetz, den Mobilfunk und unsere Rechenzentren verfolgen wir hierbei unterschiedliche Ansätze. Sie alle eint der Einsatz innovativer ICT-Lösungen zur bedarfsgerechten Steuerung der Leistung unserer Netze und ihres Energieverbrauchs.

POWER SAVE MODUS: INTELLIGENT UND SPARSAM.

Die Steuerung unserer Netze ist eine wichtige Stellschraube, um die Breitbandversorgung unserer Kunden klimaschonender und kostengünstiger zu gestalten. Hierzu haben wir einen innovativen Betriebsmodus für das Festnetz entwickelt. Dort verwenden wir heute vorwiegend die standardisierte Technologie ADSL/ADSL2+ (Asymmetric Digital Subscriber Line) auf der Basis aktiver, das heißt elektrisch betriebener Zugangsnetze. Diese sind für einen Großteil des Energiebedarfs unseres Festnetzes verantwortlich und werden herkömmlich im sogenannten L0-Modus betrieben. Der L0-Modus ermöglicht zu jeder Zeit die maximale Übertragungsgeschwindigkeit. Diese wird aber bei geringem Datenverkehr nicht benötigt. Allerdings kann die Übertragungsgeschwindigkeit durch einen Modus mit verringerter Bitrate, den sogenannten L2-Modus, in Phasen mit geringem Datenverkehr gesenkt werden. Gemeinsam mit Alcatel-Lucent haben wir den L2-Modus weiterentwickelt, standardisiert und für einen Einsatz bei der Telekom evaluiert. Mit ihm können wir in verkehrsarmen Zeiten den Strombedarf im Zugangsnetz deutlich senken.



Prinzip des lastadaptiven Netzbetriebs mit L0- und L2-Modus im ADSL/ADSL2+-Zugangsnetz

Das rechte Diagramm zeigt das Verfahren mit zwei Schaltstufen. Es ermöglicht bereits eine grobe Annäherung an die Kurve des beobachteten Datenverkehrs (hier in Magenta dargestellt). Für den praktischen Netzbetrieb bestand eine der Herausforderungen darin, beim Umschalten die Übertragung stabil und Verzögerungen in einem vertretbaren Rahmen zu halten. Hierfür entwickelten die T-Labs in den Jahren 2011 und 2012 gemeinsam mit verschiedenen Telekom-Netzbereichen und einem Systemhersteller einen verbesserten L2-Modus, den sogenannten Enhanced L2-Modus. Anschließend wurde dieser getestet, standar-

disiert und den Betriebseinheiten der Telekom Deutschland zugeleitet. Seit Juni 2013 wird er dort bewertet und für eine Umsetzung vorbereitet. Analysen zeigten, dass mit dem verbesserten L2-Modus künftig große Mengen an CO₂-Emissionen vermieden und Betriebskosten eingespart werden können. Aktuell arbeiten unsere Betriebseinheiten an der Nutzung der Technik unter realen Bedingungen. Ein Feldtest im Jahr 2014 soll ihre Tauglichkeit belegen. Verläuft dieser erfolgreich, werden wir den verbesserten L2-Modus ab Ende 2014 flächendeckend einführen.

STROMFRESSER ABGESCHALTET.

Im Jahr 2013 haben wir nicht mehr benötigte Technik in Höhe von 3,153 MW Leistung abgeschaltet. Dadurch entfallen jährlich 27,6 GWh an Stromverbrauch, umgerechnet 12723 Tonnen CO₂. Die Abschaltung findet im Rahmen der Umstellung von der herkömmlichen Festnetz-Technik auf IP-basierte Anschlüsse statt.

PROJEKT DESI: SCHRITTE ZUR ENERGIESPARENDEN NETZ-STEUERUNG.

Der Betrieb moderner Telekommunikationsnetze erfordert große Mengen an Energie. Um den Stromverbrauch unserer Netze zu reduzieren, initiierten die Telekom Innovation Laboratories (T-Labs) im Juni 2011 das Projekt „DESI – Durchgängig energiesensible IKT-Produktion“. Sie verfolgen damit zwei Hauptziele: einen energieeffizienten Netzbetrieb sicherzustellen und das Telekommunikationsnetz insgesamt flexibel für die Anforderungen des Smart Grid zu machen.

Das voraussichtlich im November 2014 endende Projekt wurde vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie im Rahmen des Förderschwerpunkts IT2Green unterstützt.

Folgende Aufgaben bestimmten die Projektarbeit:

- die Anpassungsfähigkeit der ICT-Komponenten herzustellen,
- diese über die gesamte Lieferkette zu integrieren und schließlich
- ein einheitliches Steuerungssystem für ICT- und Energieelemente zu entwickeln.

Die dabei zum Einsatz gebrachten mathematischen Verfahren hatten zum Ziel, die Energieversorgung des ICT-Netzes in einem Smart Grid zur Stabilisierung der Stromnetze zu befähigen. Zu den wesentlichen Projektergebnissen von DESI zählen die Entwicklung eines Modells für integrierte Strom- und ICT-Netze und die beispielhafte Realisierung einer entsprechenden Steuerungsarchitektur. Bis zu einem flächendeckenden Einsatz in den kommerziell genutzten Netzen der Deutschen Telekom sind noch viele Schritte erforderlich. Aber wir können jetzt besser einschätzen, wie und in welchem Zeitraum sich das reale Netz der Telekom auf einen lastadaptiven Betrieb umstellen lässt.

WÄRME- UND STROMGEWINNUNG UNTER EINEM DACH.

Blockheizkraftwerke (BHKW) erhöhen die Versorgungssicherheit an unseren Netzknotenpunkten (Internet-Verteilerstellen) und tragen mit ihrer hohen Energieausbeute (Wirkungsgrad) dazu bei, weniger CO₂-Emissionen zu verursachen. 2013 haben wir deshalb in Deutschland weitere sechs BHKW mit einer elektrischen Leistung bis zu 250 kW in Betrieb genommen und den Bau von sieben zusätzlichen Anlagen in Auftrag gegeben.

Üblicherweise werden Netzknotenpunkte mit Energie aus dem konventionellen Stromnetz versorgt. Die Telekom betreibt seit Dezember 2010 zusätzlich eigene Mini-Blockheizkraftwerke, um die Primärenergie (zum Beispiel Verbrennungswärme) effizienter einzusetzen. Beispielsweise verwenden wir neben dem erzeugten Strom die Abwärme der BHKW zur Beheizung von Gebäuden. Über 85 Prozent der Primärenergie werden so genutzt. Bei Strom aus dem öffentlichen Netz sind es durchschnittlich nur 39 Prozent.

Ein weiterer Vorteil von BHKW: Bei hoher Energienachfrage im öffentlichen Netz (und entsprechend hohen Preisen) können sie kurzfristig mehr Strom erzeugen. Dies senkt unsere Strombezugskosten. Zugleich wird das öffentliche Stromnetz entlastet und stabilisiert.

Im Februar 2014 betrieb die Telekom Deutschland an insgesamt 25 Netzknotenpunkten eigene BHKW. 2013 erzeugten diese rund 26 GWh an elektrischer und thermischer Energie. Dank des hohen Wirkungsgrads der Anlagen emittierten wir dort im Vergleich zum Bezug von Strom aus den öffentlichen Netzen circa 9000 Tonnen weniger CO₂-Emissionen.

SONNENENERGIE VERSORGT MOBILFUNKSTATIONEN.

Mobilfunkstationen werden an exponierten Orten errichtet, zum Beispiel auf hohen Masten, Hausdächern oder Bergkuppen. Daher liegt es nahe, die dort reichlich vorhandene Wind- und Sonnenenergie zu ihrer Stromversorgung zu nutzen. Genau diesen Ansatz verfolgt das Forschungsprojekt „Ökologische Mobilfunkstation“, an dem sich T-Mobile Austria beteiligt. Das Pilotprojekt erforscht und erprobt eine marktreife Lösung für den Einsatz regenerativer Energie an Mobilfunkstationen. Eine erste Station wurde Anfang November 2013 in Kirchfidisch im Burgenland in Betrieb genommen.

Das von der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) geförderte Projekt wird gemeinsam mit dem Ingenieurbüro Schneemann aus Stegersbach, der Universität Wien, der Fachhochschule Joanneum und der Forschungseinrichtung 4ward energy research GmbH realisiert.

Seit Juni 2013 testet T-Mobile Austria außerdem den Einsatz von Photovoltaik zur Stromerzeugung an einer Mobilfunkstation im 22. Bezirk in Wien. Im Rahmen des Pilotprojekts namens „Telefonweg“ wurden Photovoltaikmodule mit einer Fläche von 19 m² installiert, womit jährlich rund 3 300 Kilowattstunden Strom erzeugt werden sollen. Der CO₂-Ausstoß kann auf diese Weise um ca. 2,8 Tonnen CO₂ pro Jahr verringert werden.

2G GEHT: AUSTAUSCH ALTER MOBILFUNKTECHNIK.

Im November 2013 beendeten wir eine Maßnahme zum Austausch alter Mobilfunk-Anlagen, die im Juli 2011 begonnen hatte. Diese erstreckte sich auf circa 12000 Mobilfunk-Standorte – etwa die Hälfte der von uns genutzten 2G-Anlagen in Deutschland. Zugleich reduzierten wir die

Zahl der Steuereinheiten (Controller) für Basisstationen von 333 auf 54. Mit diesen Maßnahmen konnte der Energieverbrauch gegenüber der alten Technik um etwa 20 Prozent gesenkt werden.

Netzmodernisierung in den Niederlanden.

2013 investierte T-Mobile Netherlands in großem Umfang in eine umfassende Modernisierung des Mobilfunknetzes nach dem Single-RAN-Standard, der die effiziente Nutzung verschiedener Technologien (z. B. 2G und LTE) ermöglicht. Neben dem Mobilfunknetz wurden auch das Kernnetz und das Übertragungsnetz modernisiert. Diese Netzmodernisierung ermöglicht nicht nur leistungsfähigere Technik für die Kunden, sondern reduziert auch den Energieverbrauch – und zwar trotz steigenden Verkehrsvolumens.

„COMGREEN“: KOMMUNIZIERENDE NETZE SPAREN STROM.

Tag und Nacht werden in Deutschland fast 150000 Basisstationen in vier Mobilfunknetzen betrieben. Bisher verbrauchen die Netze stets dieselbe Menge an Energie – unabhängig vom Volumen der transportierten Daten.

Als Partner des Projekts „ComGreen“, das vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie unterstützt wird, will die Telekom die Leistung ihrer Funknetze flexibel an den jeweiligen Bedarf anpassen. Dazu richteten wir intelligente Steuerungen ein. Sie erkennen unter anderem, wie viele Kunden momentan im Netz angemeldet sind und welchen Kapazitätsbedarf beziehungsweise welche Bandbreite diese Kunden gerade anfragen. Anhand dieser Informationen passt die Steuerung dann die Arbeitsweise des Netzes an die aktuelle Datenlast an. Mit diesem lastadaptiven Betriebsmodus können Teile der Netzinfrastruktur, etwa Sendemasten oder Server, bei geringem Bedarf automatisch in einen sparsamen Betriebsmodus versetzt werden. Dieser erbringt immer noch genug Leistung, um zum Beispiel die wenigen während der Nacht- und Morgenstunden aktiven Handys zu bedienen. Auf diese Weise lassen sich der Energieverbrauch und damit Betriebskosten und CO₂-Emissionen entscheidend senken.

Das Förderprojekt ComGreen hatte eine Laufzeit von Juni 2010 bis April 2014.

ENERGIEEFFIZIENZMASSNAHMEN IN RUMÄNIEN UND KROATIEN.

Positive Testergebnisse zur Senkung des Energieverbrauchs.

Auf der Basis von Testergebnissen aus dem Jahr 2012 implementierte Cosmote Romania 2013 ein verbessertes Kühlsystem in 700 Gehäusen von Basisstationen und konnte so den Energieverbrauch senken. Die ersten 300 Einrichtungen waren bereits 2012 mit dieser Lösung ausgerüstet worden.

2013 führte Cosmote Romania außerdem eine Bestandsaufnahme von potenziellen energiesparenden Lösungen für die einzelnen Netzbereiche durch, das heißt für Kernstandorte, Basisstationen und Innenräume. Verschiedene Lösungen wurden im Hinblick auf ihr Potenzial für Energieeinsparungen, die Auswirkungen für Qualität und Robustheit des Telekommunikationsnetzes sowie ihre Eignung für den zukünftigen Netzausbau untersucht. Zwei der möglichen Lösungen wurden in separaten Tests geprüft und haben im Hinblick auf die Kapitalrendite und die Auswirkungen auf den Netzbetrieb äußerst positive Ergebnisse erzielt:

- Austausch der derzeitigen wenig effizienten Stromversorgung gegen ein neues hocheffizientes System mit einem separat isolierten und gekühlten Batteriegehäuse.
- Modifikation – statt Austausch – der derzeitigen Stromversorgung durch Isolierung der Batteriegehäuse und Installation spezieller Kühlsysteme. Bei diesem Ansatz sind die Einsparungen allein auf den geringeren Energieverbrauch zurückzuführen.

Langfristig zu weniger Energiekosten und CO₂-Emissionen.

Ein unbefristetes Energieeffizienzprojekt, das die kroatische Landesgesellschaft Hrvatski Telekom 2011 ins Leben gerufen hat, soll bestehende Einzelmaßnahmen zur Energieeinsparung bündeln und so Synergien nutzen. Langfristig zielt das Projekt auf eine Senkung von Energiekosten und CO₂-Emissionen durch Optimierung des Energieverbrauchs. Wichtige 2013 umgesetzte Maßnahmen waren die Abschaltung von drei Transitvermittlungsstellen und die effizientere Nutzung der anderen Vermittlungsstellen. Diese führten 2013 zu Energieeinsparungen von insgesamt 3,8 GWh. Eine weitere wichtige Maßnahme bestand in der Installation von 40 neuen Freiluftkühlungssystemen zur effektiveren Klimatisierung von Mobilfunkstationen.

10 RECHENZENTREN IM EU CODE OF CONDUCT ON DATA CENTRES.

Im Berichtszeitraum haben sich zehn der insgesamt 47 Rechenzentren von T-Systems in Europa dem EU Code of Conduct on Data Centres verpflichtet. Für jede dieser Anlagen legen wir jährlich umfassende Energiemesswerte offen und berichten über unsere Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz. Ab etwa Mitte 2015 sollen sich auch die beiden neuen Rechenzentren in Magdeburg und dem benachbarten Biere daran beteiligen. Im Gegenzug werden allerdings andere Rechenzentren aus dem Programm herausgenommen. Grund ist das Konsolidierungsprogramm, mit dem wir moderne, große Rechenzentren besser auslasten und andere schließen wollen. Die dadurch insgesamt erhöhte Effizienz lässt sich anhand der Messwerte einzelner Rechenzentren nicht darstellen, sodass die Voraussetzungen für eine Teilnahme nicht mehr gegeben sind.

OPTIMIERUNG UND KONSOLIDIERUNG VON RECHENZENTREN: WENIGER IST MEHR

Die Reduktion der CO₂-Emissionen verfolgen wir auch bei dem Betrieb und der Planung unserer Rechenzentren (RZ). Generell lässt sich das Vorgehen der Konzerntochter T-Systems dabei in zwei Stufen definieren: die Optimierung in den einzelnen RZ-Standorten an sich und die globale Optimierung über die weltweite RZ-Landschaft hinweg.

Die erste Stufe wurde in den Jahren 2008 bis 2013 intensiv durch Optimierung vorhandener RZ-Flächen durchgeführt. Beispiele dafür sind die Modernisierung der Kühlsysteme sowie der Einbau von Kaltgangeinhausungen, die eine gezielte, bedarfsgerechte Lenkung des kühlenden Luftstroms ermöglichen und damit auf den IT-Flächen Verluste minimieren. Damit einhergehend konnte durch die Weiterentwicklung der IT-Technik und die Migration der Anwendungsumgebungen auf diese neue Technik ein erheblicher Beitrag zur effizienteren Nutzung der eingesetzten Energie erreicht werden.

Der Indikator für diese Effizienzsteigerung ist der sogenannte PUE-Faktor (PUE: Power Usage Effectiveness), bei dem die gesamte im Rechenzentrum verbrauchte Energie in Verhältnis zu der Energieaufnahme der IT gesetzt wird und der für jedes Rechenzentrum ausweisbar ist. Zwischen den Jahren 2008 und 2013 zeigte sich durch die beschriebenen Maßnahmen eine positive Entwicklung des durchschnittlichen PUE-Faktors von 1,85 auf 1,64.

Die zweite Stufe, die seit dem Jahr 2013 angegangen wird, ist der Ansatz, die physikalische Konsolidierung von Rechenzentren (das heißt die Reduktion der RZ-Flächen und Standorte) mit logischen Konsolidierungen (das heißt Virtualisierung) zu verknüpfen. Das Programm „DC11@2018“ verfolgt eine weltweite Konsolidierung von RZ-Standorten mit neuester IT-Technologie auf wenige sogenannte FMO-Rechenzentren (Future Mode of Operation). Durch die Realisierung dieser Maßnahme wird mit einer weiteren massiven Reduktion der CO₂-Emissionen gerechnet. Aktuelle Planungen des Programms sehen eine kumulierte CO₂-Reduktion von bis zu 51 Prozent im Jahre 2020 auf Basis des Jahres 2012 vor.

DATACENTER 2020: KLIMASCHUTZ DURCH WÄRMERE LUFT UND GEZIELTE KÜHLUNG.

Unter dem Namen „DataCenter 2020“ betrieben T-Systems und Intel von 2009 bis 2013 eine Technologiepartnerschaft, um zu untersuchen, wie sich der Ressourcenverbrauch von Rechenzentren im Verhältnis zur Leistung am wirksamsten senken lässt. 2013 galt es, die Ergebnisse der Partnerschaft zu nutzen, um in den bestehenden Rechenzentren von T-Systems Energiekosten und CO₂-Emissionen zu senken.

Hierfür errichteten wir im Rechenzentrum München Kaltgangeinhausungen und regeln deren Steuerung leistungsabhängig. Außerdem erhöhten wir in ausgewählten Rechenzentren die Temperatur der an den Rechnern angesaugten Luft um 1 bis 2 C°. Dies beeinträchtigt die Leistung der Prozessoren nicht und senkt den Bedarf an Kühlung. Die im DataCenter 2020 gewonnenen Erkenntnisse werden auch in den neuen Rechenzentren Biere/Magdeburg angewandt. Mit ihnen erfüllen wir wesentliche Voraussetzungen, um den von uns angestrebten Power-Usage-Effectiveness (PUE)-Wert unterhalb von 1,3 auch im realen Rechenzentrumsbetrieb zu erreichen.

Zuvor hatten die Projektpartner in einem Testlabor im Münchner Euro-Industriepark alle Einsparpotenziale von der Kühlung über den Stromverbrauch bis zum Platzbedarf der Server analysiert. Dabei zeigte sich, dass schon verhältnismäßig einfache Maßnahmen große Wirkung erzielen. Die Forscher konzentrierten sich deshalb auf zwei wesentliche Stell-schrauben: Sie sorgten für eine strikte Trennung von Kalt- und Warmluft und konnten so die Drehzahl der Umluftkühlgeräte senken. Außerdem erhöhten sie die Raumtemperatur, sodass über längere Zeiträume die freie Kühlung durch die Außenluft genutzt werden konnte. Beide Maßnahmen reduzierten den Stromverbrauch der Kühlgeräte erheblich. Zusammen mit weiteren Anpassungen wie einer höheren Auslastung der Prozessoren wurde in der Testumgebung ein PUE-Wert von 1,3 erreicht.

STABILES NETZ DURCH LASTSPITZENMANAGEMENT.

Ein systematisches Management der Energie im Stromnetz kann die Kosten für den Strom aus dem öffentlichen Netz deutlich senken und das Netz stabilisieren. Dies wird immer wichtiger, da zumindest in Deutschland im Zuge der „Energiewende“ der Anteil der naturgemäß schwankenden Solar- und Windenergie im Stromnetz weiter wachsen wird,

Neue Steuerung der Energiehöchstmenge im Netz.

2013 führte unser Energiedienstleister Power & Air Solutions deshalb verschiedene Lastmanagementsysteme ein. Diese dienen dazu, Stromspitzen im Stromnetz zu glätten. Eines davon haben wir am Netzknoten Marsplatz in München eingerichtet. Es errechnet anhand der Zählerstände und Jahresverbrauchswerte für jeden Zeitpunkt die zulässige Höchstmenge an Energie, die aus dem öffentlichen Stromnetz bezogen werden darf. Wird diese überschritten, schaltet es einzelne Netzkomponenten sekundenschnell ab oder aktiviert eigene Stromgeneratoren. So können wir die Menge des extern eingekauften Stroms beschränken und Schwankungen im Netz vermeiden. Dies ist finanziell vorteilhaft, denn jede zusätzlich eingekaufte Kilowattstunde ist mit Extrakosten verbunden – insbesondere wenn auch die öffentlichen Netze stark belastet sind. Außerdem können wir dort, wo wir eigene Blockheizkraftwerke (BHKW) mit hohem Wirkungsgrad verwenden, die CO₂-Emissionen unseres Netzbetriebs senken – zumal die BHKW mit dem relativ CO₂-armen Erdgas betrieben werden.

SOFORTHILFE FÜR STABILE STROMNETZE.

An zwei Pilotstandorten in Hamburg testet unser Energiedienstleister Power & Air Solutions zusammen mit den T-Labs und dem Energieversorger Vattenfall seit 2013 die Verwendbarkeit seiner Batterieanlagen zur Stabilisierung der Stromnetze. Üblicherweise dienen die Batterien im Falle eines Stromausfalls zur unterbrechungsfreien Versorgung unserer Netzknoten. Sie können aber auch verwendet werden, um die ins Stromnetz eingespeiste und gleichzeitig entnommene Menge aneinander anzupassen und so Überlastungen und Ausfälle der Netze zu verhindern. Dies wird umso wichtiger, je mehr der stark schwankenden Solar- und Windenergie in die Netze geleitet wird.

WEITERE HANDLUNGSFELDER.

Um unsere Klimaauswirkungen zu senken, verfolgen wir einen umfassenden Ansatz. Eine zentrale Rolle spielt hierbei die Verringerung unseres Energieverbrauchs. Hierzu ersetzen wir beispielsweise klassische Lampen durch energieeffiziente LED-Technik oder verbessern den Wirkungsgrad unserer Stromversorgung durch neue Blockheizkraftwerke. Darüber hinaus engagieren wir uns für klimafreundliche Mobilität. Nicht vermeidbare Emissionen in Verbindung mit Veranstaltungen oder ausgewählten Diensten kompensieren wir außerdem durch freiwillige Kompensationszahlungen für glaubwürdige Emissionsminderungsprojekte.

ENERGIEEFFIZIENTES GEBÄUDEMANAGEMENT.

Die Telekom verfolgt verschiedene Ansätze, um durch Verbesserung der Energieeffizienz Strom zu sparen sowie ihre Kosten und ihre CO₂-Bilanz zu senken.

LED: Bessere Beleuchtung – weniger Verbrauch.

Das Pilotprojekt „LED in Technikräumen“ wurde 2013 erfolgreich abgeschlossen: Seitdem verwenden wir in unserem Frankfurter Entertainment Showroom LEDs anstelle von Strahlern und in Technikräumen LEDs anstelle von Leuchtstoffröhren. LEDs sorgen für punktgenaue, angenehme Beleuchtung und sparen jährlich 28000 kWh Strom (entsprechend 13 Tonnen CO₂-Emissionen). Eine LED-Lampe benötigt bei gleicher Lichtausbeute bis zu 65 Prozent weniger Energie als eine konventionelle Leuchtstofflampe. Weitere Vorteile: geringere Abwärme, deutlich weniger Schadstoffe (z.B. Quecksilber) und eine bis zu fünfmal längere Lebensdauer.

T-Systems Iberia: Einfache Maßnahmen zum Energiesparen.

2013 hat die spanische Landesgesellschaft T-Systems Iberia in ihren Niederlassungen in Barcelona und Madrid 250 Beleuchtungskörper mit LED-Lampen ausgestattet. Diese Maßnahme führte in den Bereichen, in denen das Programm umgesetzt wurde, zu einer Verringerung des Energieverbrauchs um etwa 90 Prozent. In der Niederlassung in Madrid wurden Mitarbeiter, die an Samstagen oder gesetzlichen Feiertagen arbeiten, neu gruppiert, sodass jetzt in einem einzigen Arbeitsbereich – und nicht auf mehreren Etagen – gearbeitet wird. Aufgrund des geringeren Klimatisierungsbedarfs erwartet T-Systems Iberia am Standort Madrid eine Verringerung des Gesamtenergieverbrauchs von 4 bis 5 Prozent. Um die Bedeutung von Energieeinsparungen zu unterstreichen, wurden alle Mitarbeiter darauf hingewiesen, welchen Effekt individuelle Maßnahmen wie das Ausschalten von PCs oder Beleuchtung haben können. Das Energiesparprogramm des Unternehmens wurde im Juni 2012 begonnen. Es wird von internen Kommunikationsmaßnahmen begleitet, um die Mitarbeiter zu informieren und zur Senkung des Energieverbrauchs zu motivieren.

Dezentrale Energieversorgung.

Im Jahr 2013 erstellten wir ein Energiekonzept für den neuen Telekom-Campus in Darmstadt. Es berücksichtigt den möglichen Beitrag von Solar- und Windenergie, eines Blockheizkraftwerks (BHKW) und einer Großbatterie zur klimaschonenden Energieversorgung der Gebäude. Außerdem sieht es vor, dass die lokalen Anlagen in ein künftiges intelligentes Energieversorgungsnetz (Smart Grid) integrierbar sind.

Das Konzept soll 2014 umgesetzt werden. Der Wirkungsgrad der Anlagen wird unseren Analysen zufolge sehr hoch sein: Mehr als 85 Prozent der eingesetzten thermischen Energie werden als Heizenergie genutzt oder in Strom umgewandelt. Bei dem aus dem Netz bezogenen Strom sind es in Deutschland zurzeit nur 39 Prozent.

NEUE HEIZANLAGEN IN RUMÄNIEN VERRINGERN CO₂-EMISSIONEN.

Von September bis Dezember 2013 wurden bei Romtelecom acht alte Gasheizanlagen ausgetauscht. Dank der neuen effizienteren Anlagen wird der Energieverbrauch um 1 340 MWh pro Jahr reduziert. Das entspricht einer Verringerung der CO₂-Emissionen um 720 Tonnen.

VERBESSERTE ENERGIEEFFIZIENZ DURCH NEUEN BÜROKOMPLEX.

In der zweiten Jahreshälfte 2012 zogen über 1 500 Mitarbeiter der griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote in einen neuen Bürokomplex in Paiania im Großraum Athen um. Der größte Vorteil dieses Umzugs war eine Verringerung des Energieverbrauchs im Gebäude um etwa 25 Prozent, bei gleichzeitiger Erweiterung der Gesamtnutzfläche um ebenfalls circa 25 Prozent. Der Komplex nahm 2013 den vollen Betrieb auf und erfüllt die höchsten Standards der Energieeffizienz. Wir erhielten dafür die Auszeichnung „Leadership in Energy and Environmental Design (LEED®)“ in Gold und den Energieeffizienzstandard Klasse A nach dem griechischen Akkreditierungssystem für Gebäudeenergieeffizienz. Vor diesem Umzug nutzte Cosmote fünf verschiedene Gebäude mit einer Gesamtnutzfläche von knapp 23 500 m² und einem Gesamtenergieverbrauch von über 6 GWh pro Jahr. Der jährliche Energieverbrauch in dem neuen Komplex beträgt derzeit etwa 4,5 GWh, bei einer Gesamtnutzfläche von mehr als 29 000 m².

KLIMASCHONENDE MOBILITÄT.

Um die CO₂-Emissionen unseres Fuhrparks zu verringern, kaufen wir sparsamere Fahrzeuge ein und unterstützen unsere Mitarbeiter beim kraftstoffsparenden Fahren.

Neuwagen: CO₂-Emissionen auf 118 g/km gesenkt.

Im Jahr 2013 konnten wir den CO₂-Ausstoß aller Pkw, die wir für die Telekom in Deutschland beschafft haben, von durchschnittlich 120 g auf 118 g CO₂/km pro Fahrzeug verringern. Diese Kennzahl beruht auf

den Herstellerangaben. Bis Ende 2015 wollen wir den Durchschnittswert auf 110 g CO₂/km senken, sofern entsprechende Fahrzeuge am Markt verfügbar sind.

Ökofahrwettbewerb bei T-Systems Czech Republic.

2013 führte T-Systems Czech Republic eine Richtlinie zu umweltfreundlichen Fahrzeugen ein und kaufte 56 derartige Fahrzeuge mit kleineren Motoren und geringeren CO₂-Emissionen (BlueLine- und GreenLine-Modelle mit durchschnittlichen CO₂-Emissionen von 109 g/km). Außerdem nahmen insgesamt 200 Mitarbeiter an einem unternehmensweiten Ökofahrwettbewerb teil. Als Ergebnis dieser Maßnahmen sparte das Unternehmen 40 000 Euro an Kraftstoffkosten und 35 000 Euro beim Kauf und Betrieb dieser Fahrzeuge.

Training für sparsames und sicheres Autofahren.

2013 nahmen etwa 1 640 Mitarbeiter der Telekom in Deutschland an Öko-Fahrtrainings teil, davon 360 Auszubildende. Bei diesen Trainings wird auch das Thema Verkehrssicherheit vermittelt. Deshalb richten wir dieses Angebot insbesondere an vielfahrende Mitarbeiter und Personen, die im Verkehr besonderen Risiken ausgesetzt sind: Beschäftigte im technischen Außendienst, Auszubildende und Menschen mit Gehörschädigung.

EINSATZ ALTERNATIVER ANTRIEBSSYSTEME.

Durch alternative Antriebssysteme und Kraftstoffe können wir die CO₂-Emissionen unserer Flotte verringern. Erdgasantriebe sind dabei eine Möglichkeit. Mittelfristig werden wir vor allem die Entwicklung der Elektromobilität weiter verfolgen und erproben.

Erdgasfahrzeuge im Testbetrieb erfolgreich.

In den vergangenen Jahren hat sich der Anteil der Erdgasfahrzeuge in unserer Flotte reduziert, da das Modellangebot der Hersteller unseren betrieblichen Anforderungen an Flottenfahrzeuge nicht gerecht wurde. Auch die zu geringe Zahl verfügbarer Tankstellen erschwert den Einsatz der Fahrzeuge. Dennoch halten wir emissionsarme Erdgasantriebe grundsätzlich für einen richtigen Ansatz auf dem Weg zu einer klimaschonenden Mobilität. Mit einem deutlich verbesserten Angebot an Fahrzeugen und zusätzlicher finanzieller Förderung haben wir Erdgasfahrzeuge im Geschäftsfahrzeugsegment als nachhaltige Alternative besonders beworben. Aufgrund der positiven Nutzerbewertungen werden wir die Aktion 2014 fortsetzen.

Einsatzmöglichkeiten für Elektrofahrzeuge erprobt.

Einem breiten Einsatz von Elektroautos stehen immer noch einige Hürden im Weg: Eingeschränkte Reichweiten, mangelhafte Lade-Infrastruktur und hohe Anschaffungskosten machen die Fahrzeuge für viele Nutzungsszenarien unattraktiv. Um das Potenzial der Elektromobilität mittelfristig zu testen, beteiligen wir uns intensiv an ausgewählten Pilotprojekten zur Elektromobilität:

- Die in den Pilotregionen Bonn und Berlin als Miet- und Dienstfahrzeuge eingesetzten Smart electric drive (Smart ED) haben die Erwartungen erfüllen können. Im innerstädtischen Kurzstreckenverkehr sind Elektrofahrzeuge durchaus einsetzbar. Deshalb wird Telekom MobilitySolutions die 2014 auslaufenden Pilotprojekte im Mietfahrzeugbereich mit Elektrofahrzeugen der neuesten Generation fortsetzen. Die bis April 2014 eingesetzten Modelle in Bonn werden im Zuge dessen gegen neue Elektrofahrzeuge ausgetauscht.

- Verschiedene Konzerneinheiten haben Anfang 2014 trotz weiterhin hoher Fahrzeugkosten und Reichweiteinschränkungen Bedarf an Elektrofahrzeugen für spezielle betriebliche Nutzungen angemeldet. Für diese Zwecke stellt Telekom MobilitySolutions entsprechende Elektrofahrzeuge im Dienstfahrzeugsegment bereit.
- 2014 ist ebenso der Einsatz eines Elektrofahrzeugs als Chauffeurfahrzeug der Vorstandsflotte vorgesehen. Damit soll der Mobilitätsbedarf der Unternehmensführung im 250-Kilometer-Radius mit Elektromobilität ergänzt werden.

Auch die Landesgesellschaften setzen auf eine elektromobile Zukunft. Magyar Telekom beispielsweise betrieb 2013 drei vollelektrische Fahrzeuge in Ungarn. In Spanien schaffte T-Systems Iberia erstmals ein Auto mit elektrischem Antrieb an.

Teilnahme an Förder- und Forschungsprojekten.

Im Segment der Dienstfahrzeuge beteiligen wir uns an dem Hamburger E-Mobility-Förderprojekt „Wirtschaft am Strom“. Dort werden wir im März 2014 zehn Elektrofahrzeuge für den Service-Bereich in Betrieb nehmen. Außerdem startet Telekom MobilitySolutions im ersten Halbjahr 2014 ein weiteres Pilotprojekt zum Einsatz von Elektro-Geschäftsfahrzeugen.

Die griechische Landesgesellschaft Cosmote ist an einem Forschungsprojekt beteiligt, das durch die Europäische Union in ihrem 7. Rahmenprogramm mitfinanziert wird. Das Projekt namens TEAM (Tomorrow's Elastic Adaptive Mobility) soll zur Entwicklung neuer kooperativer Transportlösungen beitragen.

Fahrräder für den Pendelverkehr in Städten.

Wir investieren zunehmend in die nachhaltige Mobilität unserer Mitarbeiter. Dabei wird auch das Fahrrad als CO₂-neutrales Fortbewegungsmittel berücksichtigt. Um die Nutzung des Fahrrads innerhalb des Konzerns zu fördern, haben wir 2013 den bestehenden Pool an Leihfahrrädern in Bonn durch neue Modelle ergänzt. Diese können von den Mitarbeitern kostenfrei für dienstliche Zwecke genutzt werden. Aufgrund der gestiegenen Nachfrage wollen wir 2014 beginnen, unser Leihradangebot auf 18 Standorte in sechs Städten zu erweitern. Im Sommer 2013 starteten wir zudem für Mitarbeiter am Standort Bonn eine einjährige Pilotphase mit 20 Elektrofahrrädern. 15 davon stellten wir einzelnen Mitarbeitern zur individuellen Nutzung zur Verfügung, mit den übrigen fünf E-Bikes wurde unser Fahrradpool ergänzt. Ab Sommer 2014 möchten wir beginnen, bundesweit – zunächst in einer Pilotgruppe – Mitarbeitern Fahrräder und E-Bikes in Form einer Bruttoentgeltumwandlung anzubieten. Dabei werden ihnen die Gebühren für die Nutzung vom Bruttogehalt abgezogen.

2013 führte Magyar Telekom eine Fahrradvermietung per Selbstbedienung namens TeleBike ein. Mitarbeiter können Fahrräder an den Stationen kostenlos mieten und damit schneller und umweltfreundlicher zwischen den vier Standorten von Magyar Telekom und T-Systems Hungary pendeln. Im Jahr 2013 legten 1 130 registrierte Benutzer mit den Fahrrädern 10 613 Kilometer zurück und sparten so 2 585 kg CO₂-Emissionen ein.

ERZEUGUNG ERNEUERBARER ENERGIE ZUM EIGENVERBRAUCH.

Die Landesgesellschaften der Deutschen Telekom in Griechenland (OTE und Cosmote), den Niederlanden (T-Mobile), Polen (T-Mobile) und Montenegro (Crnogorski Telekom) erzeugen bereits seit einiger Zeit Strom mit eigenen Photovoltaikanlagen. Seit 2013 verwenden auch Landesgesellschaften in Ungarn und Österreich Solaranlagen für ihre Energieversorgung.

2013 installierte Magyar Telekom Sonnenkollektoren für die Warmwasserversorgung in ihrem Gästehaus. Die Kollektoren liefern 30 Prozent des Warmwasserbedarfs, wodurch nach vorläufigen Berechnungen nahezu 8 Tonnen CO₂-Emissionen pro Jahr eingespart werden können.

Im September 2013 hat T-Mobile Austria an ihrem Unternehmenssitz, dem T-Center, eine Stromtankstelle inklusive Photovoltaikanlage installiert. Sie steht Mitarbeitern sowie T-Mobile Kunden zum kostenlosen Stromtanken zur Verfügung. Außerdem kann der Elektro-Smart von T-Mobile hier aufgeladen werden. Rein rechnerisch erzeugt die Photovoltaikanlage am T-Center ausreichend Strom, um die Stromtankstelle damit zu betreiben.

LANDESGESELLSCHAFTEN KAUFEN ZERTIFIKATE FÜR ERNEUERBARE ENERGIEN.

Verschiedene Landesgesellschaften der Telekom kauften 2013 Zertifikate für erneuerbare Energien.

T-Mobile Netherlands erwarb Herkunftsnachweise (Guarantees of Origin - GoO) für 100 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs von 102 665 MWh. Magyar Telekom Plc. kaufte Zertifikate für 34 000 MWh beziehungsweise nahezu 16 Prozent des Gesamtenergieverbrauchs von 210 292 MWh.

11333 TONNEN CO₂ KOMPENSIERT.

In unserem Energiemanagement setzen wir folgende Prioritäten: An erster Stelle steht für uns die Vermeidung von Treibhausgasen, an zweiter deren Reduktion. CO₂-Emissionen, die wir weder vermeiden noch reduzieren können, kompensieren wir zum Teil über Investitionen in zertifizierte Klimaschutzprojekte.

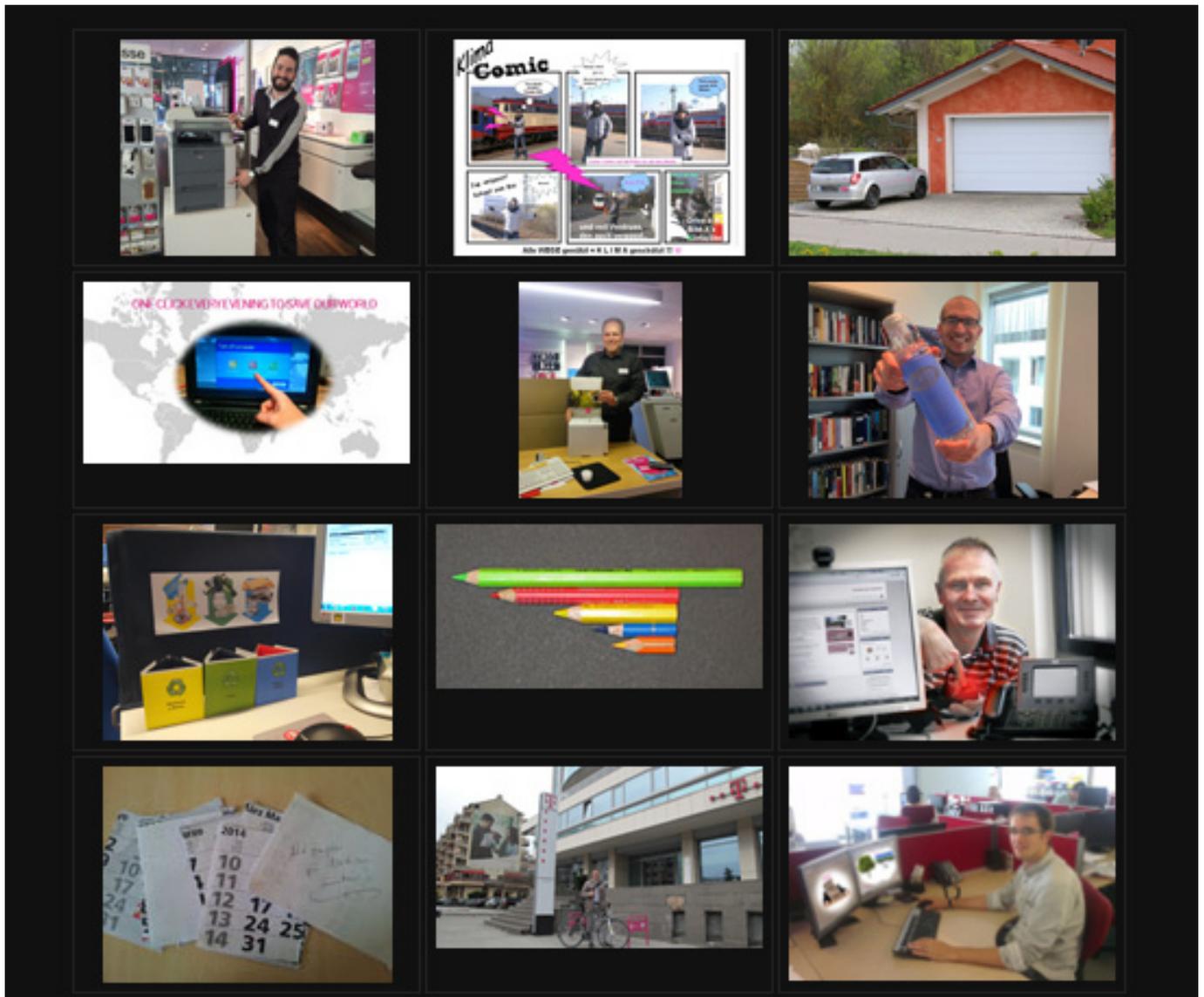
Von Anfang März 2013 bis Ende Februar 2014 stellte die Telekom Treibhausgasemissionen im Umfang von 11 333 Tonnen CO₂ klimaneutral. Kompensiert wurden unter anderem Emissionen, die in Verbindung mit unseren Veranstaltungen (An- und Abreise der Teilnehmer, Raumnutzung etc.) oder Produkten und Dienstleistungen (z.B. Betrieb von Telefon- oder Webkonferenzen und Download-Portalen) entstanden sind. Wie beispielsweise Veranstaltungen klimaneutral zu stellen sind, ist in unserer Event Policy festgelegt.

Unter anderem leisten wir finanzielle Unterstützung für ein Biogasprojekt in Indien. 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.

FOTO-AKTION „BEITRAG ZUM KLIMASCHUTZ“.

Wie vielfältig Umweltschutz im Konzern sein kann, zeigten Mitarbeiter der Telekom Anfang März 2014 im Rahmen eines internationalen Foto Wettbewerbs. Insgesamt 90 Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen aus sechs Ländern beteiligten sich an der Aktion. Der Kreativität der Mitarbeiter waren keine Grenzen gesetzt: Sie fotografierten sich zum Beispiel auf dem Weg zur Arbeit – ob sportlich mit dem Fahrrad, zu Fuß oder per Job-Ticket mit öffentlichen Verkehrsmitteln. Auch viele Ansätze zum Strom- und Energiesparen am Arbeitsplatz zeigen die Aufnahmen. So

beispielsweise das bewusste Vermeiden von Plastikmüll, das Ausschalten unnötiger Stromfresser oder die Trennung und Wiederverwertung von Müll. Unter anderem wurde auch ein Projekt zum Bau eines energieeffizienten Rechenzentrums vorgestellt, sowie Fotos vom Abschalten alter Technik und von Handyrücknahme-Aktionen eingereicht. Ziel der Aktion war es, das Engagement der Mitarbeiter für den Klimaschutz zu fördern. In der folgenden Bildergalerie zeigen wir eine kleine Auswahl ihrer Beiträge.



RESSOURCENEFFIZIENZ.

Wir arbeiten intensiv daran, die Energieeffizienz unserer Netze zu verbessern. Hier sehen wir den größten Hebel, um unsere Klima- und Umweltbelastungen zu reduzieren. Darüber hinaus achten wir auf einen sparsamen Umgang mit knappen Ressourcen wie Metallen, seltenen Erden, Holz oder Wasser. Auch den Flächenverbrauch – zum Beispiel beim Netzausbau – und die damit verbundenen Auswirkungen auf die Biodiversität wollen wir möglichst gering halten.

MANAGEMENTANSATZ.

Die Deutsche Telekom unterhält ein Managementsystem für Gesundheitsschutz, Arbeitssicherheit und Umweltschutz („Health, Safety and Environment“, HSE). Mit ihm verpflichtet sie sich, ihre Leistungen in diesen Bereichen kontinuierlich zu verbessern. Zudem wurde ein konzernweiter Rahmen für Abfallvermeidung und Recycling geschaffen. Dessen Hauptziel ist die konzernweite Steigerung der Ressourceneffizienz.

Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz.

Um unsere Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz zu verbessern, fördern wir beispielsweise den Einsatz von Recyclingpapier und energieeffizienter Drucker sowie den Einkauf umweltschonenden Büromaterials.

KONZERNWEITER RAHMEN FÜR ABFALLVERMEIDUNG UND RECYCLING GESCHAFFEN.

Im Berichtszeitraum haben wir einen „internationalen Rahmen für das Abfallmanagement“ definiert und damit konzernweit eine einheitliche Basis für einen verantwortungsvollen Umgang mit Abfällen geschaffen. Wir wollen unser Abfallaufkommen – insbesondere, soweit es sich um gefährliche Abfälle handelt – weiter reduzieren und das Rohstoffrecycling verbessern. Die Landesgesellschaften werden auf dieser Grundlage eigene Abfallstrategien entwickeln oder bereits bestehende Strategien aktualisieren und entsprechende Ziele festlegen.

VERMEIDUNG VON ELEKTRONIKSCHROTT, BÜRO- UND HAUSHALTSABFÄLLEN.

Im Telekom-Konzern gab es im Berichtsjahr neue Maßnahmen, um Elektronik-, Büro- und Haushaltsabfälle zu reduzieren – beispielsweise in Spanien und Griechenland.

Verkauf und Wiederverwendung elektrischer und elektronischer Geräte.

Seit 2012 verkauft T-Systems Iberia nicht mehr benötigte elektrische und elektronische Geräte an einen Lieferanten. Dadurch konnte das Volumen von Elektro- und Elektronikschrott reduziert werden. Im Jahr 2013 wurden 335 Laptops als Spende an diesen Lieferanten abgegeben, was einer Einsparung von 1 340 Kilogramm Abfall entspricht. 2012 begann T-Systems Iberia außerdem mit dem Verkauf von redundanten elektrischen und elektronischen Geräten aus seinen Rechen-

zentren an einen Lieferanten. Dieser ist verpflichtet, geeignete Ersatzteile aus solchen Geräten bei der Wartung der Anlagen des Unternehmens einzusetzen. So reduziert T-Systems Iberia im Vergleich zu den Vorjahren die jährlich in den Rechenzentren anfallende Abfallmenge um etwa 90 Prozent und bei Ersatzteilen, Lagerhaltung und Abfallmanagement Kosten sparen.

Erfolgreiches internes Recyclingprogramm.

Im Juni 2013 führten OTE und Cosmote ein neues Recyclingprogramm in ihrer zentralen Verwaltung (zwei Gebäude) ein, wo mehr als 3 500 Mitarbeiter beschäftigt sind. Das Programm soll das Recycling von Verpackungsmaterialien, Büropapier, Tintenpatronen, Glühlampen sowie kleinen elektrischen und elektronischen Geräten, transportablen Batterien und Telefongeräten (mobil und Festnetz) samt Zubehör fördern. Es basiert auf dem Prinzip der Sortierung am Entstehungsort und verfügt über ein zentrales Sammel- und Abfallmanagement.

Für die Durchführung des Programms wurden Aufgaben und Zuständigkeiten zugewiesen, Schulungen für Mitarbeiter von OTE und Cosmote veranstaltet und detaillierte Arbeitsanweisungen entwickelt.

Das Unternehmen will durch das Programm zuverlässige Daten zum Abfallaufkommen und Recycling in Gebäuden gewinnen und das Umweltbewusstsein der Mitarbeiter von OTE und Cosmote stärken. Pläne für eine Ausdehnung des Programms auf vier Hauptgebäude werden derzeit entwickelt.

In den ersten sechs Monaten nach Einführung des Programms wurden in zwei Gebäuden 31,5 Tonnen Papier und Verpackungsmaterial gesammelt und recycelt. Diese setzten sich aus 28,4 Tonnen Papier, 2,2 Tonnen Kunststoffen und 0,9 Tonnen Tetrapacks zusammen.

11 025 TONNEN KUPFERKABEL ZURÜCKGEWONNEN.

Im Jahr 2013 zog die Telekom allein in Deutschland 11 025 Tonnen Kupferkabel aus Kabelkanalanlagen. Diese werden in zertifizierten Entsorgungsbetrieben umweltgerecht aufbereitet. Bis zu 90 Prozent des Materials werden anschließend wiederverwertet.

FÖRDERUNG DES UMWELTBEWUSSTSEINS VON MITARBEITERN UND GESELLSCHAFT.

Umweltbildung ist ein wichtiges Instrument bei der Deutschen Telekom, um die Sensibilität für ökologische Themen bei ihren Mitarbeitern und in der Gesellschaft allgemein zu stärken. Im Berichtsjahr wurden verschiedene Maßnahmen umgesetzt, darunter eine interne Umweltkampagne, Bildungsprojekte in Schulen und ein Ideenwettbewerb.

Interne Umweltschutzkampagne der T-Systems Slovakia.

Vom 17. August bis 19. Oktober 2013 veranstaltete T-Systems Slovakia eine interne Umweltkampagne, um das Umweltbewusstsein unter den Mitarbeitern – zum Beispiel im Bereich Recycling – zu fördern. Insgesamt 30 Teilnehmer besuchten Seminare im Rahmen des Projekts. An einem Freitagsvolontariat halfen 13 Mitarbeiter und ihre Familien beim Bau eines einzigartigen Hobbit-Hauses, das als Teehaus in einem Ökozentrum dient. An einem weiteren Freitagsvolontariat in einem Nationalpark strichen 17 Mitarbeiter den Zaun, der den Park umgibt.

„Solar-Sonnenblumen“ an kroatischen Grundschulen.

T-HT Hrvatski Telekom finanzierte das im März 2013 gestartete Projekt „Solar-Sonnenblumen“ mit einer Spende von rund 53 000 Euro (400 000 HRK). Das Projekt wurde in Kooperation mit dem Entwicklungsprogramm der Vereinten Nationen (UNDP) realisiert. Dabei wurden zehn Grundschulen in Kroatien mit freistehenden Solaranlagen („Solar-Sonnenblumen“) ausgestattet, die tagsüber dem Lauf der Sonne folgen, sodass die Solarmodule stets in einem optimalen Winkel zur Sonne ausgerichtet sind. Dies steigert den Wirkungsgrad der Anlage und somit die erzeugte Energiemenge um etwa 30 Prozent.

Das Projekt soll helfen, Kinder für erneuerbare Energien – insbesondere Sonnen- und Windenergie – zu begeistern, indem ihnen gezeigt wird, wie viel Energie eine „Solar-Sonnenblume“ in einem bestimmten Zeitraum (Stunde, Tag, Jahr) erzeugen kann. Sie lernen außerdem, dass Energie auch aus Flussströmungen, den Gezeiten, Wellen sowie aus Geothermie und Biomasse gewonnen werden kann.

Im Juli 2013 wurde mithilfe einer innovativen Anzeigetafel für das Projekt geworben. Sie besteht aus lichtempfindlichen Farben, sodass sich die Bilder in Abhängigkeit von der Sonneneinstrahlung verändern.

Finanzielle Unterstützung für umweltfreundliche Schulen in Albanien.

In Zusammenarbeit mit UNICEF und anderen Projektpartnern hat die albanische Landesgesellschaft AMC das „Green Schools“-Programm mit einer Spende von 5 000 Euro unterstützt. Diese Umweltinitiative ist die erste ihrer Art in Albanien und soll das Bewusstsein für den Schutz und die Verbesserung der Umwelt stärken. Zwischen März und Dezember 2013 wurden umweltfreundliche Schulen zertifiziert, Abfallbehälter an den Schulen aufgestellt, Blumen und Bäume gepflanzt und Bänke installiert.

Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds der T-Mobile Austria.

Im Oktober 2013 schrieb T-Mobile zum dritten Mal den mit 50.000 Euro dotierten „T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds“ (TUN-Fonds) aus, der Innovationen mit der Aussicht auf Lösung von Umwelt- und Nachhaltigkeitsproblemen prämiiert.

Am 24. April 2013 wurden die Sieger aus der Ausschreibungsrunde 2012/13 prämiiert. Auf den ersten drei Plätzen konnten Projekte zur Bekämpfung des Bienensterbens, zur effizienteren Autonutzung durch Carsharing sowie zur Entwicklung von Handygehäusen aus Recycling-Material überzeugen.

„Grüne“ Ideen.

Im März 2013 unterstützte AMC die Organisation Partners Albania im landesweiten Wettbewerb „Green Philanthropy 2013“ für lokale Organi-

sationen und interessierte Partner, die sich für die Minderung negativer Umwelteinflüsse einsetzen. Der Wettbewerb steht allen Bürgerinitiativen, gemeinnützigen Organisationen und Unternehmen offen, die innovative Ideen für eine bessere Umwelt einreichen und später umsetzen wollen.

Eine der prämierten Ideen im Jahr 2013, die von AMC mit 3 000 Euro belohnt wurde, war das Projekt „Möbel und Recycling“. Bei diesem Projekt stellen Facharbeiter im Ruhestand Möbel aus recycelten Holzpaletten und Dekorationsgegenstände, Lampenschirme und verschiedene Beleuchtungskörper aus recycelten Glasobjekten her. In diesem Rahmen erhalten Rentner und elternlose Jugendliche eine Gelegenheit, ihre fachlichen Kompetenzen zu entwickeln.

UMWELTSCHUTZPROJEKTE DER MITARBEITER GEFÖRDERT.

Im Rahmen ihrer Green Car Policy hat die Deutsche Telekom 2013 insgesamt 150 000 Euro Spenden für zehn Umweltschutzprojekte bereitgestellt. Wie viel Geld dabei jedem einzelnen Projekt zugute kam, konnten die Mitarbeiter in Deutschland bestimmen: je nach Platzierung zwischen 5 000 und 25 000 Euro. Die meisten Stimmen (39 Prozent) erhielt das Projekt „Untersuchung der Wasserverschmutzung durch Mikroplastikpartikel“ des One Earth – One Ocean e.V.

Zusätzlich konnten Mitarbeiter in diesem Jahr auch gemeinnützige Umweltprojekte, in denen sie sich selber engagieren, für eine Förderung vorschlagen. Unter den eingesandten Mitarbeiterprojekten wählte eine Jury zehn Projekte aus, die insgesamt eine Förderung in Höhe von 32 500 Euro erhielten. Darunter befindet sich der Verein „Natur- und Begegnungs-Bauernhof“ (NaBeBa e.V.) aus Waltrop, der sich für die Sensibilisierung von Kindern und Jugendlichen im Umgang mit der Natur engagiert.

Bestandteil der Green Car Policy ist ein Bonus-Malus-System mit dem wir Anreize für unsere Mitarbeiter schaffen, verbrauchsärmere Modelle als Geschäftswagen zu wählen. Beschäftigte, die sich für ein Fahrzeug mit hohem CO₂-Ausstoß entscheiden, werden an den höheren Mobilitätskosten und der höheren Umweltbelastung durch einen monetären Malus beteiligt. Die damit eingenommenen Gelder werden für Mobilitätsprojekte genutzt, wie zum Beispiel die Finanzierung und Förderung von Öko-Fahrtrainings, die Förderung von Elektromobilität und umweltfreundlichen Erdgasfahrzeugen, der Einsatz von Fahrrädern und E-Bikes. Mit einem Teil der Malusbeträge werden zudem Umweltprojekte gefördert.

SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT.

Mit dem Ausbau unserer Netze tragen wir dazu bei, dass natürliche Lebensräume überbaut werden und die Artenvielfalt beeinträchtigt wird. Neben den Ausgleichsmaßnahmen, zu denen wir verpflichtet sind, setzen wir uns dafür ein, Landschaften mit besonders hoher Biodiversität zu erhalten oder aufzuwerten.

Im Jahr 2013 unterstützten wir mit Geldern des gemeinsam von der Telekom Deutschland und der Deutschen Umwelthilfe (DUH) finanzierten Naturschutzfonds ein Projekt des Bunds für Umwelt- und Naturschutz (BUND e.V.) zur Erhaltung der Artenvielfalt in der Dellbrücker Heide. Das am Kölner Stadtrand gelegene Naturschutzgebiet ist eigentlich eine Kulturlandschaft, die durch Beweidung und Abholzung in

den vergangenen Jahrhunderten entstanden ist. Heute beherbergt sie jedoch zahlreiche Tier- und Pflanzenarten, die an diese Lebensbedingungen gut angepasst sind, darunter allein rund 90 Wildbienenarten. Wildbienen spielen eine Schlüsselrolle bei der Bestäubung von Obstblüten. Der Fortbestand vieler Arten ist jedoch durch Insektizide und Flächenverbrauch stark bedroht.

Um ihren Lebensraum zu erhalten, wird in der Dellbrücker Heide eine Eselherde gehalten. Esel ernähren sich unter anderem von jungen Bäumen und verhindern so die Entstehung von Buschland und Wald. Außerdem tragen sie zur Verbreitung von Pflanzensamen bei. Um bereits zugewucherte Heideflächen wieder freizustellen, organisierten im Winterhalbjahr 2012/13 die DUH und der BUND Freiwilligeneinsätze. Die hierbei eingesetzten neuen Geräte wurden aus den Zuwendungen der Telekom bezahlt.

Darüber hinaus hat die Telekom im Rahmen der Förderung von Umweltprojekten aus den Malusbeträgen der Green Car Policy das Naturschutzbund (NABU) Projekt „Naturparadies Bärenbusch“ zum Erhalt ökologisch wertvoller Niedermoore gefördert.

RESSOURCENEFFIZIENZ AM ARBEITSPLATZ.

Etwa 35 000 Büromaterialbestellungen bei der Telekom in Deutschland entsprachen 2013 unseren Nachhaltigkeitskriterien. Nach Anpassungen bei den Einkaufsprozessen werden wir ab 2015 transparent verfolgen können, wie hoch der Anteil nachhaltiger Produkte am gesamten Bestellvolumen ist. Gefördert wird der Einkauf umweltfreundlicher Büroartikel durch unser zentrales Bestellsystem eBest.

Seit Januar 2013 erhalten alle Mitarbeiter von T-Systems Netherlands elektronische Gehaltsabrechnungen, was zu einer Verringerung des Papierverbrauchs geführt hat.

KENNZAHLEN.

	2012	2013
ÖKOLOGISCH		
CR KPI „Energieverbrauch“ (MWh / Mio €)	119 	121
CR KPI „CO ₂ -Emissionen“ (Tsd.t)	503 	720
CR KPI „Handy-Rücknahme“ (Handy-Rückn. Tsd./ Kunden Mio)	6 	4
SOZIAL		
CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“ * (%)	69	-*
CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ (%Punkte)	-6 	+6
ÖKONOMISCH		
CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ (%)	54 	54
CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“ (%)	14 	21

* Da die Durchführung der Mitarbeiterbefragung zweijährig stattfindet, lag für 2013 kein neuer Wert vor. Die nächste Messung findet 2014 statt.

NACHHALTIGES INVESTMENT.

CR KPI „NACHHALTIGES INVESTMENT (SRI)“.

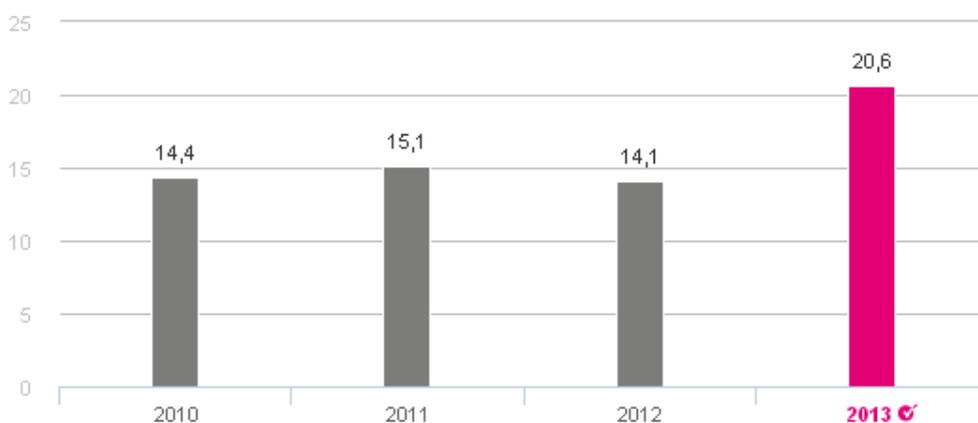
Im Jahr 2013 wurden 19 Prozent der Aktien von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen (Broad SRI). 2 Prozent der T-Aktien wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI-Gesichtspunkten managen (Core SRI).

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.

CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“ Deutsche Telekom AG.

In Prozent.



Der CR KPI „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.
(Quelle: ipreo)

LISTING T-AKTIE.

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikate.

Unser Engagement in nachhaltiger Entwicklung erfährt vielfältige Anerkennung: So geben uns zahlreiche Ratingagenturen hohe Bewertungen in Sachen Nachhaltigkeit. Außerdem ist unsere Aktie in vielen Nachhaltigkeitsindizes wie dem FTSE4Good Index gelistet. Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über das Listing unserer Erfolge in den wichtigsten Ratings und Indizes.

Im dritten Jahr in Folge ist die T-Aktie im STOXX Global ESG Leaders Index gelistet. Erfolgreich aufgenommen wurde sie in den 2013 neu aufgelegten Index UN Global Compact 100: Er umfasst die weltweit führenden Konzerne in Bezug auf Menschenrechte, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Compliance. Außerdem konnten wir im Berichtsjahr unser Ergebnis im SAM-Rating, das Leistungen im Nachhaltigkeitsmanagement bewertet, gegenüber dem Vorjahr wieder verbessern. Diese

Verbesserung hat jedoch nicht für eine erneute Aufnahme in die Dow Jones Sustainability Indizes (DJSI) gereicht, da das Anspruchsniveau erneut gestiegen ist. 2014 wollen wir daher im SAM-Rating durch eine stärkere Fokussierung – insbesondere auf die Themen mit dem höchsten Verbesserungspotenzial – unser Ergebnis weiter anheben. 2013 wurden wir Teil des Climate Disclosure Leadership Index der DACH-Region (Deutschland, Österreich, Schweiz); Grund dafür war die mehr als überdurchschnittliche Transparenz bei unseren klimarelevanten Aktivitäten. Für unsere Angaben zum Climate Disclosure Project erhielten wir 90 von 100 möglichen Punkten; damit gehören wir zu den besten 10 Prozent der Unternehmen in diesen Regionen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Rating-Agentur	Indizes/Prädikate/ Ranking	Erfolge Index-Listing				
		2013	2012	2011	2010	2009
SAM	DJSI World	✗	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✗	✓	✓	✓	✓
Oekom	"Prime" ^{a)}	✓	✓	✓	✓	✓
Sustainalytics	iSTOXX 50 SD KPI/ überproportionale Berücksichtigung DT (neu seit 2013)	✓	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
	STOXX Global ESG Leaders	✓	✓	✓	n.a.	n.a.
	UN Global Compact 100 (neu seit 2013)	✓	n.a.	n.a.	n.a.	n.a.
imug/EIRIS	FTSE4Good ^{a)}	✓	✓	✓	✓	✓
VIGEO	ASPI (Index Juni 2013 aufgelöst)	✓	✓	✓	✓	✓
	ESI	✗	✗	✓	✓	✓
CDP	Carbon Disclosure Leadership ^{b)}	✓	✗	✗	✗	✗
	Carbon Performance Leadership	✗	✗	✗	✓	n.a.
Newsweek Green Rankings	Aufnahme in Global Top 500 ^{c)}	✓	✓	✓	✓	n.a.
Sarasin	DAX Global Sarasin Sustainability ^{a)}	✓	✓	✓	✓	✓
MSCI	MSCI Global Climate	✗	✗	✓	✓	✓

✓ Erfolgreich gelistet. ✗ Nicht gelistet.

^{a)} Rating-Bewertung der DT wurde zuletzt 2012 durchgeführt und ist für 2014 wieder geplant.

^{b)} Erstmalige Aufnahme in den Carbon Disclosure Leadership Index der DACH Region (Deutschland, Österreich, Schweiz).

^{c)} Ranking wurde zuletzt 2012 durchgeführt (Global #41). Nächstes Ranking 2014 geplant.

LIEFERANTEN.

Die Abdeckung unseres Bestellvolumens durch Nachhaltigkeitsaktivitäten messen wir mithilfe des CR KPIs „Nachhaltiger Einkauf“; er misst den Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferanten, bei denen innerhalb der Unternehmensgruppe eine oder mehrere Konzerngesellschaften auf die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards via Self Assessments und/oder Audits überprüft wurden. Dies gilt auch, wenn Audits bei Vorlieferanten durchgeführt wurden. Der CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ zeigt gegenüber dem Vorjahr mit 54 Prozent eine stabile Entwicklung.

Dies ist vor dem Hintergrund der Herausforderungen im vergangenen Jahr – mit einem Betreiberwechsel der E-TASC-Plattform sowie volatiler Einkaufsvolumina – ein großer Erfolg und der kontinuierlichen Integration der CR-Anforderungen in die Einkaufsprozesse und -systeme zu verdanken. Der Wert für den CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ wird auf dem Weg zur Zielerreichung voraussichtlich im kommenden Jahr leicht ansteigen – da die Anzahl der Lieferanten und auch der damit verbundene Anteil des Einkaufsvolumens, bei denen die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards überprüft wird, kontinuierlich zunimmt.

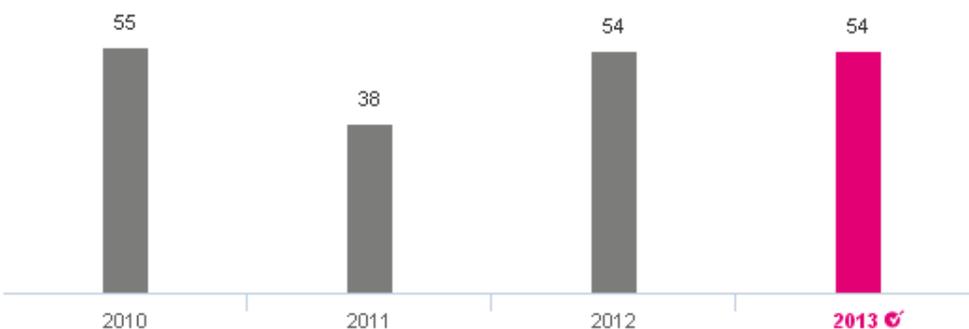
Unser Ziel: den Anteil des überprüften Einkaufsvolumens bis Ende 2015 auf 75 Prozent erhöhen.

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).

CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" Deutsche Telekom Konzern.

In Prozent.



■ Anteil des via Self Assessments und/oder Audits abgedeckten Einkaufsvolumens am Gesamtbeschaffungsvolumen.

🔍 Daten durch PwC geprüft. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

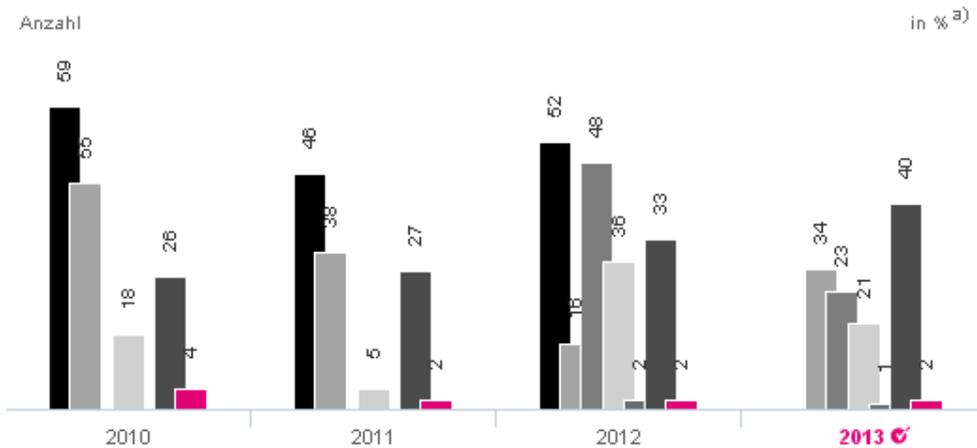
LIEFERANTENBEZIEHUNGEN.

Der Anteil des durch das Brancheninformationstool E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) abgedeckten Einkaufsvolumens stieg deutlich von 15,7 Prozent im Vorjahr auf 34,1 Prozent im Jahr 2013. Gleichzeitig fiel der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens gegenüber dem Vorjahr von 36 Prozent auf etwa 21 Prozent. Eine Überprüfung durch Präqualifizierung über das Supplier Management Portal (SMP) erfolgte im Jahr 2013 für 23% des Einkaufsvolumens gegenüber 48% im Vorjahr. Eine Präqualifizierung ist für Lieferanten obligatorisch, bei denen wir ein Auftragsvolumen von über 100 000 Euro erwarten. Der Anteil des Einkaufsvolumens aus Entwicklungs- und Schwellenländern ist leicht auf 1,0% gefallen gegenüber 1,6% im Vorjahr.

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)

Risikomanagement Lieferantenbeziehungen Deutsche Telekom Konzern.



- Anteil des via Self-Assessments adressierten Einkaufsvolumens^{b)}
- Anteil des via E-TASC abgedeckten Einkaufsvolumens^{c)}
- Anteil des via Prä-Qualifizierung abgedeckten Einkaufsvolumens^{c)}
- Anteil auditiertes Einkaufsvolumens^{c)}
- Anteil Einkaufsvolumen aus Entwicklungs- und Schwellenländern^{d)}
- Durchgeführte Audits^{e)}
- Durchgeführte Workshops

a) Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB).
 b) Kein Reporting für 2013, da die Daten aufgrund des Provider-Wechsels von Achilles zu EcoVadis nicht mit dem Vorjahr vergleichbar sind.
 c) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführte Social Audits. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.
 d) Erstmaliges Reporting im CR-Bericht 2013. Die Berechnung des Indikators basiert ab 2013 ausschließlich auf dem externen Einkaufsvolumen, analog zur Berechnung des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“.
 e) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung intern und extern durchgeführte Social Audits (sowohl im Rahmen von Deutsche Telekom als auch durch die Joint Audit Cooperation (JAC)). Audits umfassen auch Follow-up Audits.

FINANZIELLE KENNZAHLEN.

NETTOWERTSCHÖPFUNG.

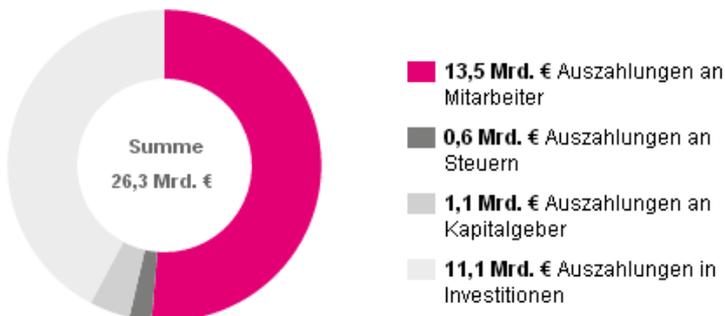
Die Nettowertschöpfung sank von 31,2 Milliarden Euro im Vorjahr auf 26,3 Milliarden Euro. An dieser Zahl wird deutlich, dass die wirtschaftliche Entwicklung an unseren Standorten eng mit dem langfristigen Unternehmenserfolg verbunden ist. Der Rückgang der Nettowertschöpfung gegenüber dem Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus geringeren Auszahlungen an Kapitalgeber. So wurden bei den Finanzverbindlichkeiten 5 Milliarden Euro geringere Auszahlungen geleistet, 1,3 Milliarden Euro wurden als Zahlungseingang durch die Kapitalerhöhung bei der T-Mobile USA verbucht und ein Einspareffekt von 1,2 Milliarden Euro ergab sich durch die Umwandlung der Dividende der Deutschen Telekom AG in Aktien. Weitere Informationen zum Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit beziehungsweise zu den finanziellen Verbindlichkeiten finden Sie auf Seite 167, Seite 220 und Seite 197 des aktuellen Geschäftsberichts.

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.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Kennzahl decken wir den GRI-Indikator EC 1 (unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert) vollständig ab.

Nettowertschöpfung.



Im Gegensatz zur Gewinn- und Verlustrechnung gehen in die Nettowertschöpfungsrechnung nur tatsächliche Zahlungsströme ein. Dies bedeutet, dass z. B. zum Beispiel latente Steueraufwendungen und die Bildung von Rückstellungen die Nettowertschöpfung des Berichtsjahres nicht beeinflussen. Diese Aufwendungen mindern zwar den Konzernüberschuss in der Gewinn- und Verlustrechnung, sind jedoch nicht, wie in der Nettowertschöpfung, mit einer Zahlung an eine Anspruchsgruppe verbunden. Die Auszahlungen hierfür erfolgen erst in der Zukunft und können somit auch erst in den Folgejahren in der Nettowertschöpfung berücksichtigt werden.

UMSATZERLÖSE, EBITDA/EBITDA-MARGE UND KONZERNÜBERSCHUSS.

Die Umsatzerlöse stiegen im Berichtszeitraum auf 60,1 Milliarden Euro, das bereinigte EBITDA verringerte sich auf 17,4 Milliarden Euro und der Konzernüberschuss erhöhte sich auf 538 Millionen Euro.

Umsatzerlöse, EBITDA/EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) und Konzernüberschuss der Deutschen Telekom.

		2010 in Mrd. €	2011 in Mrd. €	2012 in Mrd. €	2013 in Mrd. €
Umsatzerlöse		62,4	58,7	58,2	60,1
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse) ^{a, b)}		19,5	18,7	18,0	17,4
EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) ^{c)}	in %	31,2	31,8	30,9	28,9
Konzernüberschuss/(-fehlbetrag)		1,7	0,6	(5,3)	0,9

^{a)} Die Deutsche Telekom definiert das EBITDA als Betriebsergebnis vor Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

^{b)} EBITDA, EBITDA bereinigt um Sondereinflüsse, Netto-Finanzverbindlichkeiten und Free Cashflow sind sog. „Pro-forma-Kennzahlen“, die nicht Bestandteil der internationalen Rechnungslegungsvorschriften nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) sind. Sie sollten nicht isoliert als Alternative zum Betriebsergebnis, Konzernüberschuss, Cashflow aus Geschäftstätigkeit sowie den in der Konzern-Bilanz ausgewiesenen Schulden oder sonstigen nach IFRS ausgewiesenen Kenngrößen der Deutschen Telekom betrachtet werden. Zur detaillierten Erläuterung und Herleitung verweisen wir auf die Ausführungen des in diesem Geschäftsbericht enthaltenen zusammengefassten Lageberichts, Kapitel „Geschäftsentwicklung des Konzerns“.

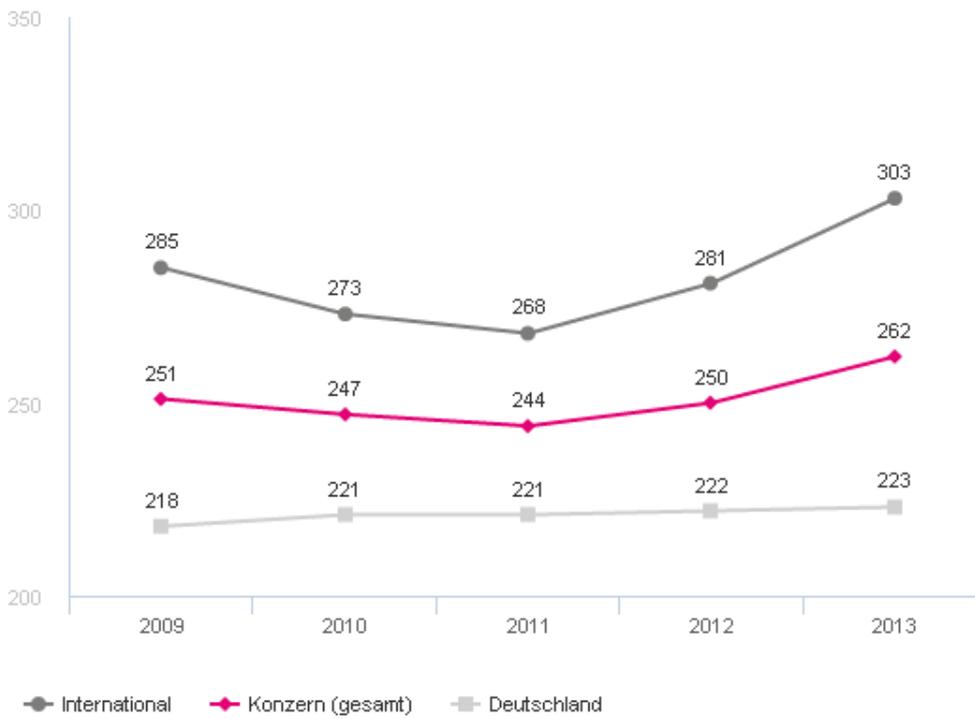
^{c)} Berechnet auf Basis der genaueren Millionenwerte. Veränderungen von Prozentwerten sind in Prozentpunkten dargestellt.

UMSATZ JE MITARBEITER.

Der konzernweite Umsatz pro Vollzeitstelle (Full Time Equivalent, FTE) stieg im Berichtszeitraum auf 262 000 Euro an.

Umsatz pro Mitarbeiter (pro Ø FTE).

In Tausend €.



ENERGIE.

Die Deutsche Telekom erhebt den CR KPI „Energieverbrauch“ als sogenannten Monetary Power Efficiency Index (MPEI), bei dem die Verbrauchsentwicklung (in Tausend MWh) in Relation zum Umsatz (in Milliarden Euro) gestellt wird. Der CR KPI „Energieverbrauch“ ist gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben. Unser Stromverbrauch ist nur geringfügig stärker gestiegen als der relevante Umsatz der im CR-Reporting erfassten Konzerneinheiten. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

CR KPI „ENERGIEVERBRAUCH“

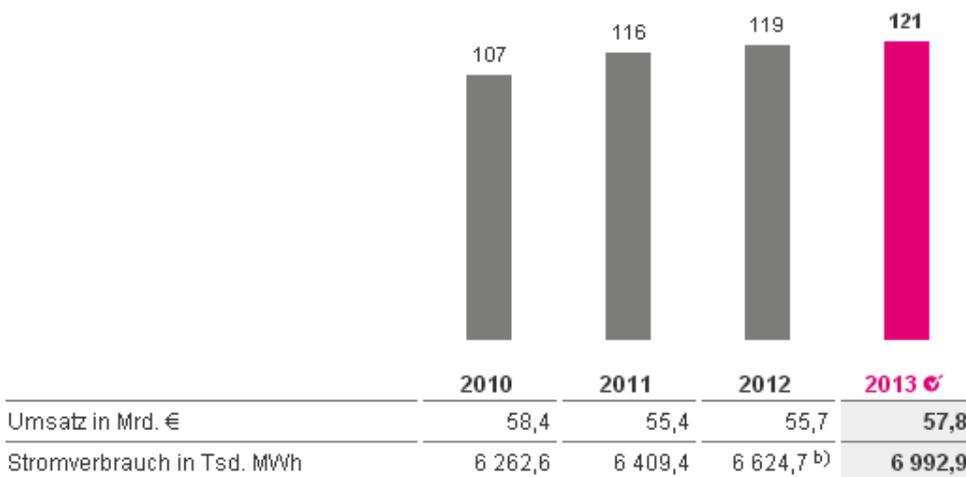
Der Konzernwert des CR KPI „Energieverbrauch“ errechnet sich aus der Summe der Stromverbräuche der Landesgesellschaften im Verhältnis zum konsolidierten Außenumsatz dieser Landesgesellschaften. Der hierfür berücksichtigte Umsatz der in der CR-Berichterstattung erfassten Konzerneinheiten deckte 96 Prozent des Konzernumsatzes ab. Kontinuierlich wachsende Datenmengen waren eine der Ursachen für den leicht erhöhten Stromverbrauch. Mit unseren erheblichen Anstrengungen zur Energieeinsparung und zur Steigerung der Energieeffizienz konnten wir jedoch einen deutlicheren Anstieg des Energieverbrauchs verhindern. Für das Jahr 2014 erwarten wir, dass die vor allem bei der Deutschen Telekom in Deutschland realisierten Stromeinsparungen von dem erhöh-

ten Stromverbrauch in Verbindung mit der Expansion von T-Mobile USA übertroffen werden. Für 2015 gehen wir davon aus, dass insbesondere die Umstellung auf das IP-Netz sowie die Konsolidierung einiger Rechenzentren von T-Systems zu deutlichen Stromeinsparungen führen, sodass der voraussichtlich weiter steigende Strombedarf der T-Mobile USA kompensiert werden kann. Im Zusammenhang mit der voraussichtlichen Umsatzentwicklung der relevanten Konzerneinheiten erwarten wir für 2014 eine Stabilisierung sowie für 2015 eine Verbesserung des CR KPIs „Energieverbrauch“.

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).

CR KPI „Energieverbrauch“ Deutsche Telekom Konzern ^{a)}



^{a)} CR KPI "Energieverbrauch": Stromverbrauch in Bezug zum relevanten Umsatz, berechnet als Monetary Power Efficiency Indicator (MPEI: Stromverbrauch in Tsd. MWh/Umsatz in Mrd. €).

^{c)} Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

^{b)} Berechnung unter Berücksichtigung von sachgerechten Schätzungen bzw. Hochrechnungen.

^{b)} Es wurde eine geringfügige nachträgliche Korrektur (-0,2 %) aufgrund einer leichten Anpassung des Stromverbrauchs in einer Landesgesellschaft für 2012 vorgenommen.

GESAMT-ENERGIEVERBRAUCH.

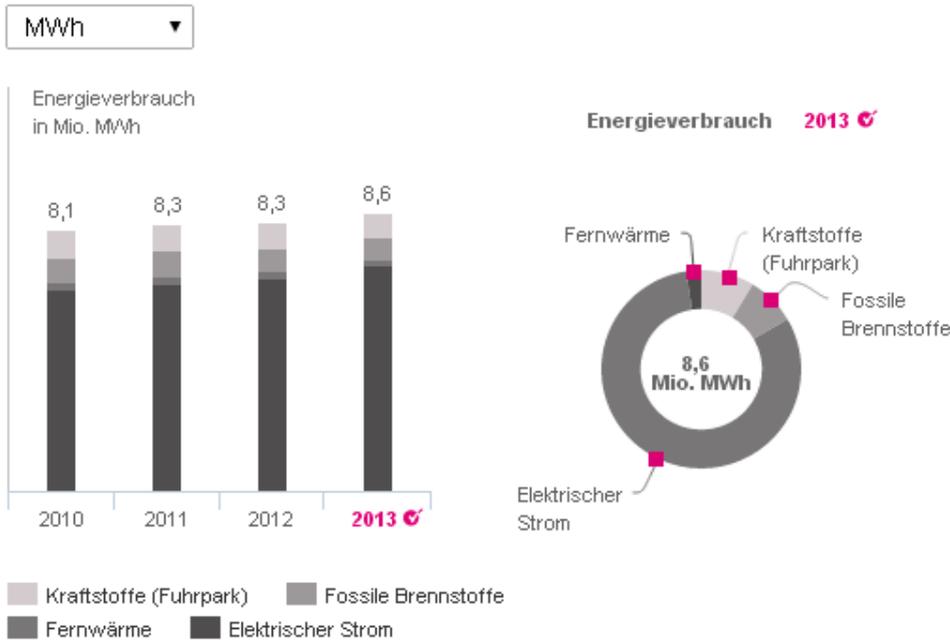
Insgesamt hat sich der Energieverbrauch gegenüber dem Vorjahr leicht um 4 Prozent erhöht. Kontinuierlich wachsende Datenmengen waren eine der Ursachen für den leicht erhöhten Stromverbrauch. Mit unseren erheblichen Anstrengungen zur Energieeinsparung und zur Steigerung der Energieeffizienz konnten wir jedoch einen deutlicheren Anstieg des Energieverbrauchs verhindern. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Während sich der Stromverbrauch zum Beispiel in den Landesgesellschaften T-Mobile USA, T-Systems Slovakia und T-Mobile Poland erhöhte, konnten andere Landesgesellschaften (unter anderem T-Systems Austria, T-Systems UK, IT Services Hungary) deutliche Reduktionen erzielen. Detailinformationen hierzu finden sich in den Kommentaren zu den Landesgesellschaften.

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).

Gesamt-Energieverbrauch Deutsche Telekom Konzern.



☑ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkomentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

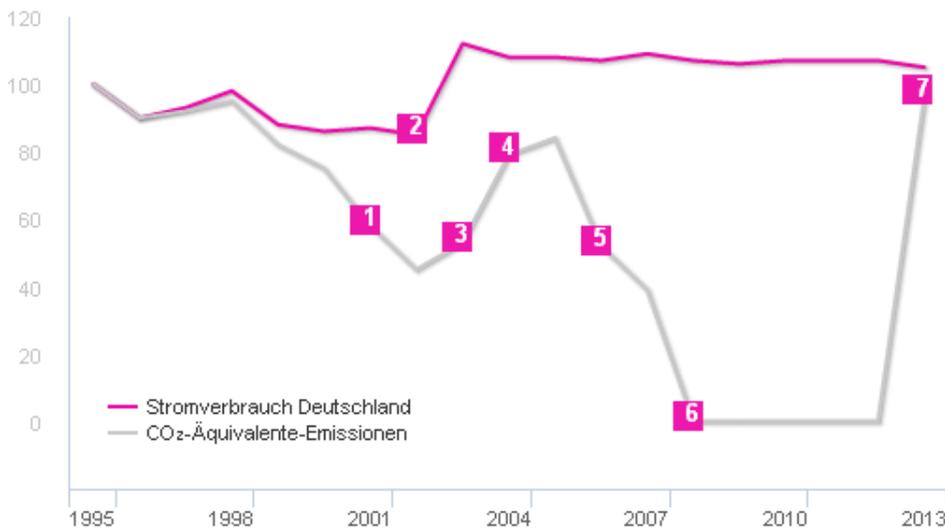
ENTKOPPLUNG STROMVERBRAUCH UND CO₂-EMISSIONEN.

Die Deutsche Telekom konnte von 2008 bis 2012 die aus ihrem Stromverbrauch resultierenden Emissionen auf null reduzieren, indem sie erneuerbare Energien über sogenannte RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate bezog. Diese Zertifikate haben jedoch nicht die aus unserer Sicht erhofften positiven ökologischen Wirkungen gezeigt. Die Nachfrage nach den Zertifikaten blieb insgesamt begrenzt. Dies hatte zur Folge, dass RECS-Zertifikate keinen nennenswerten Beitrag zur Förderung des Ausbaus erneuerbarer Energien leisten konnten. Es ist daher aus unserer Sicht ökologisch und ökonomisch sinnvoller, in die Reduktion unseres Energieverbrauchs zu investieren und die Energieeffizienz zu erhöhen, als RECS-Zertifikate zu erwerben.

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).

Entkopplung Stromverbrauch und CO₂-Emissionen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



- 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
- 7 Verzicht auf Erwerb von RECS-Zertifikaten.

CO₂-EMISSIONEN.

Der CR KPI „CO₂-Emissionen“ stellt die Entwicklung der absoluten und relativen Emissionswerte gegenüber dem Basisjahr 2008 dar. Der Vergleichswert des Basisjahres beträgt 3 117 082 Tonnen CO₂. Der CR KPI „CO₂-Emissionen“ stieg gegenüber dem Vorjahr um etwa 6 Prozentpunkte. Da unsere CO₂-Emissionen maßgeblich durch den Stromverbrauch getrieben sind, resultiert die Entwicklung gegenüber dem Vorjahr aus den bereits beim CR KPI „Energieverbrauch“ beschriebenen Effekten. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

CR KPI „CO₂-EMISSIONEN“ DEUTSCHE TELEKOM KONZERN.

Die CO₂-Emissionswerte wurden auf Basis der verschiedenen Energie- und Kraftstoffverbräuche errechnet. Dies erfolgte 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).

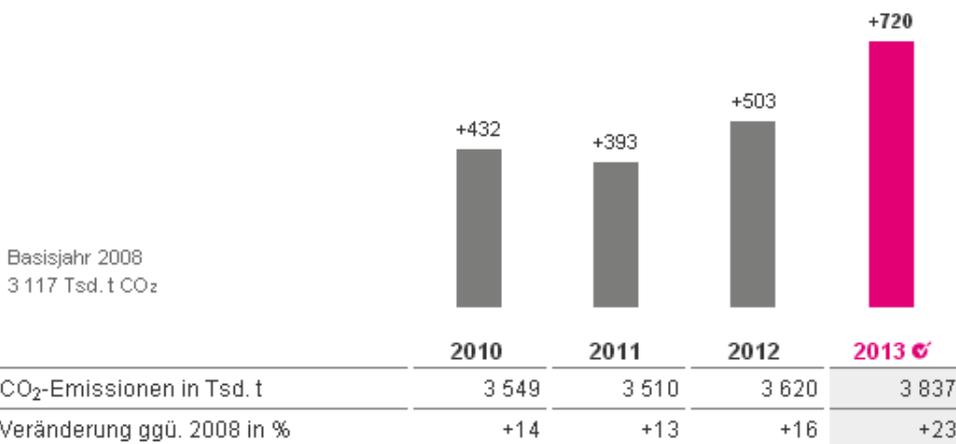
Am 3. Dezember 2013 wurde ein strategisches konzernübergreifendes Klimaschutzziel vom Vorstand verabschiedet: Wir wollen den gesamten Ausstoß von CO₂-Emissionen in unserem Konzern (außer T-Mobile USA) gegenüber 2008 bis zum Jahr 2020 um 20 Prozent reduzieren. Unterstützt von der Konzernzentrale beteiligten sich an der Festlegung des konzernübergreifenden Klimaschutzziels 36 Geschäftseinheiten aus 27 Ländern.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Fortschrittmessung 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).

CR KPI „CO₂-Emissionen“ Deutsche Telekom Konzern.

Veränderung gegenüber
 Basisjahr in Tsd. t CO₂



Veränderungen der 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 und des Greenhouse-Gas-Protocols.

In der Berechnung des CR KPI „CO₂-Emissionen“ werden eingekaufte Zertifikate für erneuerbare Energien (wie z.B. RECS (Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate) nicht berücksichtigt.

Es wurde eine geringfügige nachträgliche Korrektur der Gesamtemissionen (– 0,7 %) und des CR KPI „CO₂-Emissionen“ (– 1 Prozentpunkt) für 2012 vorgenommen. Ursache sind leichte Anpassungen von Energie- bzw. Kraftstoffverbräuchen einzelner Landesgesellschaften sowie eine für einzelne Landesgesellschaften relevante rückwirkende Korrektur der Emissionsfaktoren durch die IEA.

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

CO₂-EMISSIONEN GESAMT (SCOPE 1 & 2).

Da unsere CO₂-Emissionen maßgeblich durch den Stromverbrauch getrieben sind, ist der deutliche Anstieg der Emissionen gegenüber dem Vorjahr hauptsächlich darauf zurückzuführen, dass ab 2013 in Deutschland keine RECS-Zertifikate mehr erworben wurden und sich dadurch die strombedingten und Scope-2-Emissionen verdoppelten. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

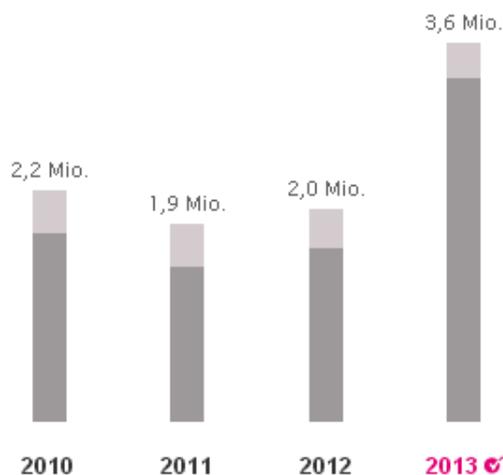
In der Berechnung der Emissionen wurden Emissionsreduktionen durch den Erwerb von Zertifikaten für erneuerbare Energien berücksichtigt. Zertifikate wurden von den Landesgesellschaften T-Mobile Netherlands, Magyar Telekom, OTE und Cosmote Greece erworben. Die Emissionswerte für 2011 und 2012 wurden gegenüber der Veröffentlichung im Vorjahr geändert. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

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 Gesamt (Scope 1 & 2) Deutsche Telekom Konzern.

CO₂-Emissionen
(Scope 1 & 2) in t



	2010	2011	2012	2013 ✓
CO ₂ -Emissionen (Scope 1) in t	392 144	387 708	354 208	336 500
CO ₂ -Emissionen (Scope 2) in t	1 775 891	1 465 914	1 637 815	3 214 352
CO ₂ -Emissionsreduktionen durch Zertifikate für erneuerbare Energien in t	1 252 171	1 574 218	1 628 174	286 207

In der Darstellung der konzernweiten Scope 1 und 2 Emissionen werden eingekaufte Zertifikate für erneuerbare Energien (wie z.B. RECS (Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate) berücksichtigt, für 2012 in Höhe von ca. 3 074 GWh, was einer Emissionsreduzierung von 1 411 972 Tonnen CO₂ entspricht. In der Darstellung des CR KPI „CO₂-Emissionen“ wurden diese Zertifikate hingegen nicht eingerechnet.

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommontare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

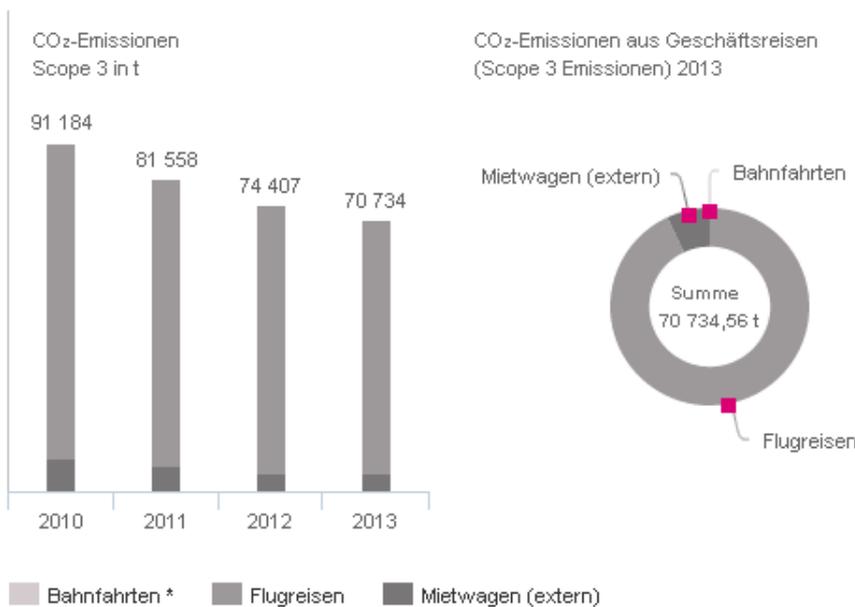
**CO₂-EMISSIONEN AUS GESCHÄFTSREISEN
 (SCOPE 3 EMISSIONEN).**

Im Berichtszeitraum konnte die Deutsche Telekom eine deutliche Reduktion der Scope-3-Emissionen erzielen. Dies ist besonders auf gesunkene Emissionen aus Flugreisen zurückzuführen. 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.

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).

CO₂-Emissionen aus Geschäftsreisen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland (Scope 3 Emissionen).



* Ab dem 15.02.2010 sind alle Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn CO₂-frei (klimaneutral).

MOBILITÄT.

ANZAHL FAHRZEUGE.

Die Gesamtzahl unserer Fahrzeuge ging gegenüber 2012 um etwa 4 Prozent zurück. Maßgeblich trugen hierzu unter anderem die Deutsche Telekom in Deutschland, T-Systems Iberia und T-Mobile Czech Republic durch die Reduzierung des Bestands von Dieselfahrzeugen bei. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Die Gesamtzahl der Fahrzeuge mit alternativem Antrieb stieg um 18 Prozent an. Grund hierfür ist unter anderem die Zunahme bei Magyar Telekom. Für einzelne Landesgesellschaften wurden die Werte für 2012 rückwirkend angepasst. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften. Wegen des unzureichenden Angebots der Hersteller in den benötigten Fahrzeugkategorien reduzierte sich die Zahl der Erdgasfahrzeuge in der Flotte. 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.

Anzahl Fahrzeuge Deutsche Telekom Konzern.

	2010	2011	2012	2013
Anzahl Fahrzeuge Gesamt	46 838	45 262	43 411	41 731
Anzahl Diesel Fahrzeuge	38 108	37 005	34 931	33 538
Anzahl Benzin Fahrzeuge	8 294	7 958	8 234	7 903
Anzahl Alternative Fahrzeuge	436	299	246	290
Anzahl Geschäftsfahrzeuge	15 152	15 645	15 287	14 670
Anzahl Dienstfahrzeuge	31 686	29 617	28 124	27 061

FAHRLEISTUNG.

Im Zuge des rückläufigen Flottenbestands bei vielen Landesgesellschaften ging auch die konzernweite Fahrleistung um etwa 6 Prozent zurück. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Der Rückgang ist auf die reduzierte Fahrleistung unter anderem bei der Deutschen Telekom und T-Systems Iberia zurückzuführen. Für einzelne Landesgesellschaften wurden die Werte für 2012 rückwirkend angepasst. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

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 Deutsche Telekom Konzern.

In Tsd. km.

	2010	2011	2012	2013
Fahrleistung Gesamt	1 111 909	1 032 053	1 018 620	959 958
Fahrleistung Geschäftsfahrzeuge	488 131	458 709	476 854	447 749
Fahrleistung Dienstfahrzeuge	623 778	573 344	541 766	512 209
Fahrleistung Fahrzeuge mit Dieselmotoren	946 706	872 539	854 930	800 365
Fahrleistung Fahrzeuge mit Benzinmotoren	155 731	153 811	158 516	154 170
Fahrleistung Alternative Fahrzeuge	9 473	5 703	5 174	5 424

KRAFTSTOFFVERBRAUCH.

In Verbindung mit dem rückläufigen Flottenbestand bei vielen Landesgesellschaften und der damit zusammenhängenden reduzierten Fahrleistung der Fahrzeuge sank auch der konzernweite Kraftstoffverbrauch um etwa 6 Prozent. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Der Rückgang ist auf den verringerten Kraftstoffverbrauch unter anderem bei der Deutschen Telekom und T-Systems Iberia zurückzuführen. Für einzelne Landesgesellschaften wurden die Werte für 2012 rückwirkend angepasst. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

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 Deutsche Telekom Konzern.

In Litern.

	2010	2011	2012	2013
Kraftstoffverbrauch Gesamt	89 232 509	81 677 578	78 562 320	73 580 929 
Kraftstoffverbrauch Geschäftsfahrzeuge	36 256 203	33 672 498	33 530 307	31 514 921 
Kraftstoffverbrauch Dienstfahrzeuge	52 976 307	48 005 080	45 032 013	42 066 008 
Kraftstoffverbrauch Dieselfahrzeuge	69 927 828	62 593 130	59 893 066	55 816 139 
Kraftstoffverbrauch Benzinfahrzeuge	18 473 571	18 559 375	18 161 792	17 373 845 
Kraftstoffverbrauch Alternative Antriebe	831 110	525 073	507 461	390 945 

 Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommunikate siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

JOBTICKET.

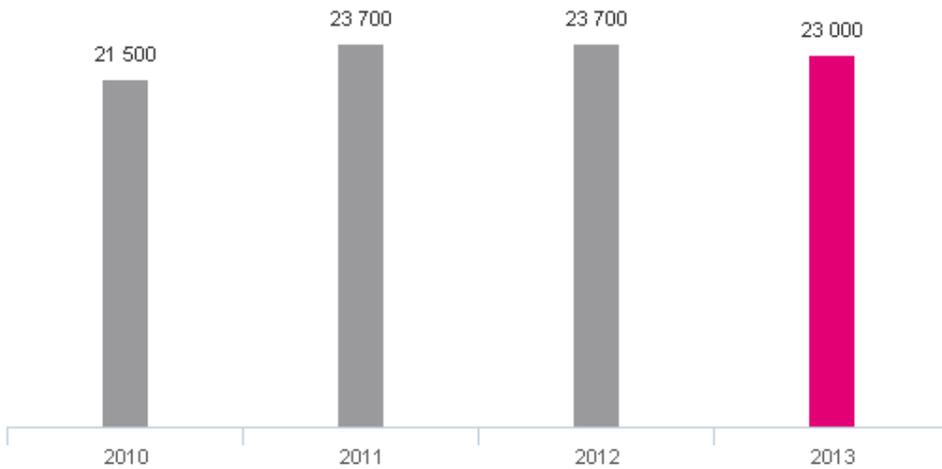
Im Jahr 2013 nutzten rund 23 000 Beschäftigte des Telekom-Konzerns in Deutschland in 30 Verkehrsverbänden den öffentlichen Nahverkehr mit einem arbeitgeberseitig bereitgestellten Jobticket.

An vielen deutschen Telekom-Standorten insbesondere in den großen Ballungsräumen bieten wir unseren Beschäftigten regionale Jobtickets in Form von Monats- oder Jahreskarten im Abonnement zu besonders günstigen Konditionen an. Damit fördern wir einen klimaverträglichen öffentlichen Personennahverkehr und helfen unseren Mitarbeitern, ihre berufsbedingten Fahrtkosten gering zu halten.

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).

Jobticket Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



HANDY-RÜCKNAHME & ABFALL-AUFKOMMEN.

Die Zahl der zurückgenommenen Handys war im Vergleich zum Vorjahr rückläufig. Im Jahr 2013 konnten in Deutschland 167 232 Handys zurückgenommen werden. Konzernweit fanden verschiedene Initiativen zur Handy-Rücknahme statt. Dieser Rückgang ist unter anderem auf die geringere Rücknahmemenge bei T-Mobile Netherlands zurückzuführen. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

CR KPI „HANDY-RÜCKNAHME“ DEUTSCHE TELEKOM KONZERN IN DEUTSCHLAND.

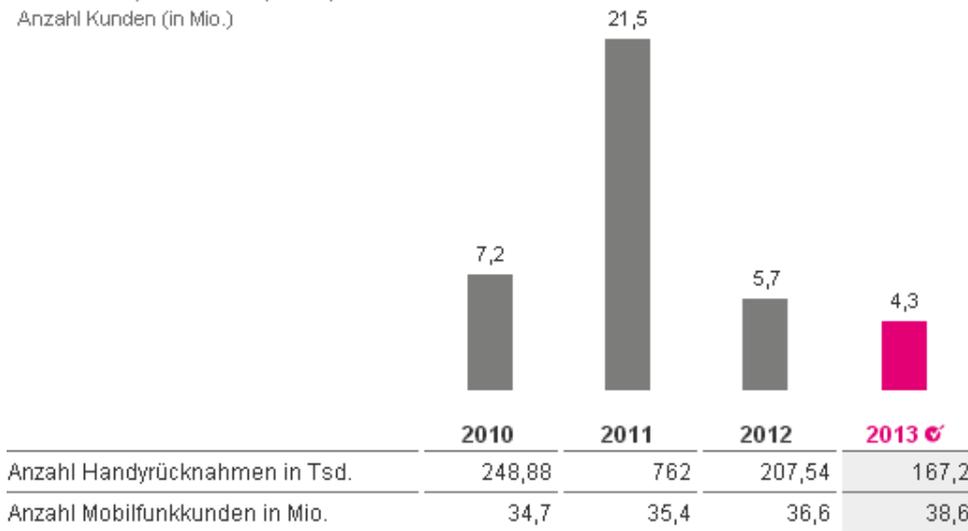
Der CR KPI „Handy-Rücknahme“ setzt die Zahl der zurückgenommenen Handys in Tausend ins Verhältnis zur Anzahl an Mobilfunk-Kunden in Millionen. Die Erfassung der Daten erfolgt in Kilogramm oder über die Stückzahl. Bei der Erhebung in Kilogramm wird ein konzern einheitlicher Umrechnungsfaktor von 7,25 Stück pro Kilogramm zugrunde gelegt, sofern kein landesspezifischer Umrechnungsfaktor vorliegt.

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).

CR KPI „Handy-Rücknahme“ Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Anzahl Handyrücknahmen (in Tsd.) /
 Anzahl Kunden (in Mio.)



☞ Daten durch PwC geprüft. Die Berechnung der zurückgenommenen Handys enthält Hochrechnungen.

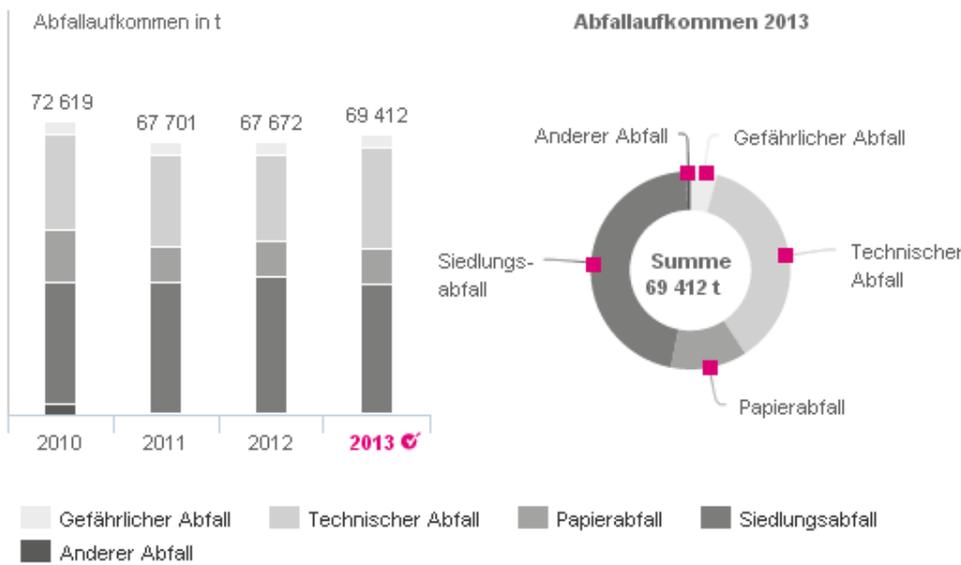
ABFALLAUFKOMMEN.

Die konzernweite Abfallmenge hat sich gegenüber 2012 geringfügig erhöht. Die Menge an konzernweiten technischen Abfällen ist gegenüber dem Vorjahr angestiegen, während die Mengen gefährlichen technischen Abfalls zurückgegangen sind. Diese schwanken von Jahr zu Jahr in Abhängigkeit von unregelmäßig durchgeführten Projekten. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt. Die verbliebenen Mengen wurden umweltgerecht entsorgt. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

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).

Abfallaufkommen Deutsche Telekom Konzern.



WEITERE ÖKOLOGISCHE DATEN.

WASSERVERBRAUCH.

Der konzernweite Wasserverbrauch ist leicht um etwa 2 Prozent zurückgegangen. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

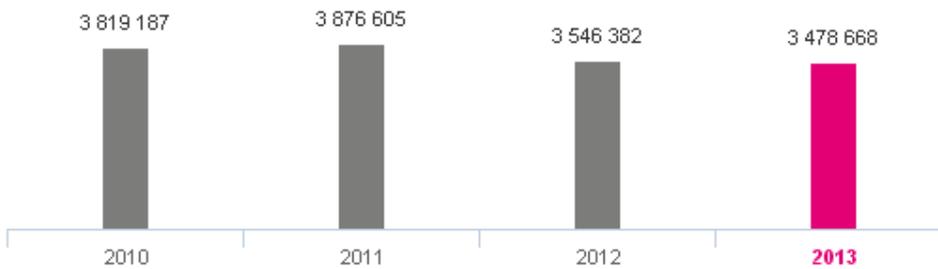
Die Reduktion ist unter anderem auf Wassereinsparmaßnahmen bei den Landesgesellschaften T-Systems Mexico und IT-Services Hungary zurückzuführen. Grundsätzlich sind die Entwicklungen in den Landesgesellschaften sehr unterschiedlich. Vereinzelt wurden Werte für 2012 rückwirkend angepasst. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

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).

Wasserverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

In m³



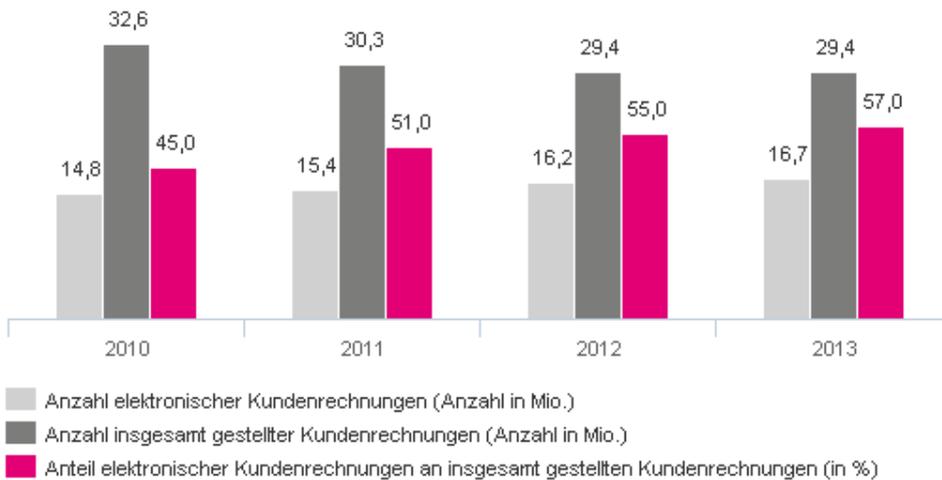
ELEKTRONISCHE KUNDENRECHNUNGEN.

2013 wurden 16,7 Millionen Kundenrechnungen elektronisch zugestellt. Dies entspricht 57 Prozent der übermittelten Kundenrechnungen und Gutschriftserteilungen für Festnetz- wie Mobilfunk-Kunden. Der Anteil der elektronischen Kundenrechnungen ist somit über die letzten vier Jahre kontinuierlich gestiegen.

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).

Elektronische Kundenrechnungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



FLÄCHENNUTZUNG.

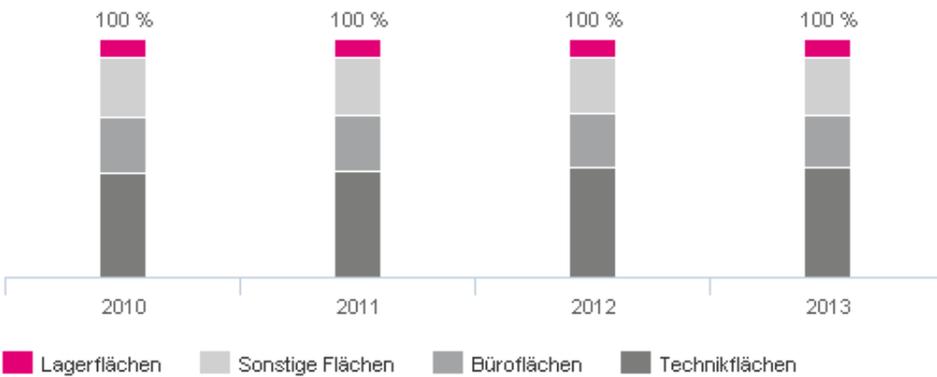
Die von der Deutschen Telekom in Deutschland genutzten Grundstücke decken den wesentlichen Bedarf an Technik-, Büro-, Lager- und sonstigen Flächen. Mit insgesamt 8 970 Tausend Quadratmetern ist die Summe genutzter Flächen gegenüber dem Vorjahr konstant geblieben.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

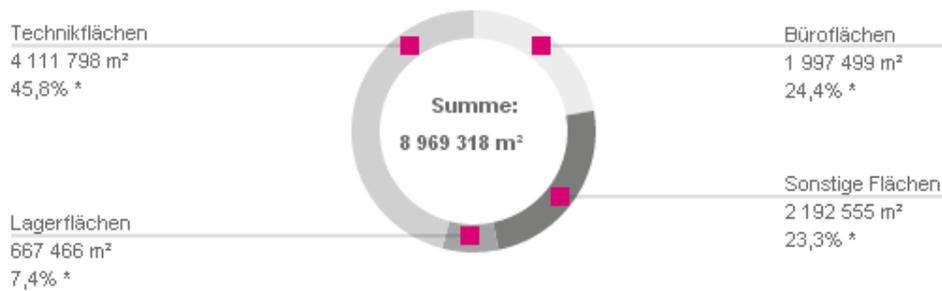
Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen). Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Prozent.



* Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.



* Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.

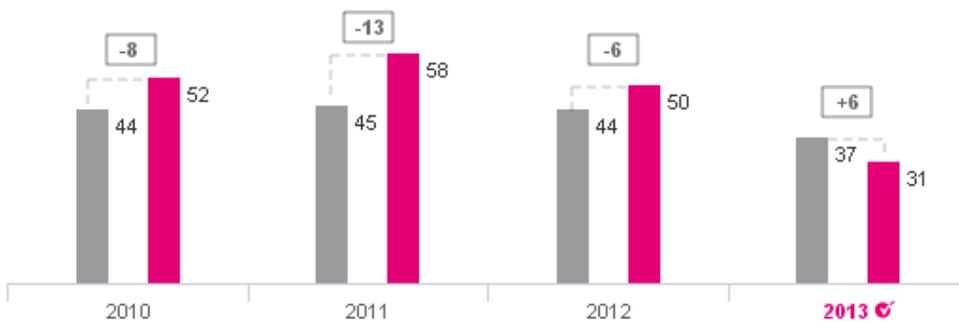
GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT.

CR KPI „GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT“ DEUTSCHE TELEKOM KONZERN IN DEUTSCHLAND.

Grundlage des CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ ist eine telefonische Exklusivbefragung von 1 200 Personen aus der deutschen Wohnbevölkerung (Kunden und Nicht-Kunden) durch TNS Infratest. Zur Ermittlung der Wichtigkeit gesellschaftlichen Engagements wurde gefragt: „Wie wichtig ist Ihnen, dass sich Unternehmen gesellschaftlich engagieren?“. Zur Erfassung der Performance der Deutschen Telekom Gruppe in Deutschland wurden den Befragten die Namen mehrerer Unternehmen vorgelesen mit der Aufforderung, die Frage zu beantworten, ob diese Unternehmen sich gesellschaftlich engagierten.

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.

CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



- Leistung: Prozentualer Anteil der Befragten, welche die Deutsche Telekom als sozial engagiertes Unternehmen werteten (in %).
- Wichtigkeit: Prozentualer Anteil der Befragten, die gesellschaftliches Engagement von Unternehmen als "wichtig" bzw. "äußerst wichtig" einstufen (in %).
- CR KPI "Gesellschaftliches Engagement": Differenz zwischen Wichtigkeit und Leistung der Deutschen Telekom im "Gesellschaftlichen Engagement" (Differenz in Prozentpunkten)
- ☞ Daten durch PwC geprüft. Daten stammen teilweise von externen Dienstleistern.

ENGAGEMENT@TELEKOM.

Die Mitarbeiter der Landesgesellschaften setzen sich auf vielfältige Art und Weise für die Gesellschaft ein. Im Mittelpunkt des Engagements (Corporate Volunteering) stehen dabei häufig Unterstützungsleistungen für Menschen, die sich noch nicht selbst helfen können: bedürftige Kinder und Jugendliche. In fast allen Landesgesellschaften gibt es ein breites freiwilliges Engagement. Im Rahmen der internationalen Implementierung von engagement@telekom werden die Kerndaten dazu seit dem Jahr 2012 erfasst. Zwar fanden 2013 weniger Social Days als im Vorjahr statt, zugleich stiegen aber Umfang und Teilnehmerzahl der Aktionen, so zum Beispiel bei den Hilfeinsätzen anlässlich des Hochwassers in Mitteleuropa 2013. Dadurch wuchs die Anzahl der Volunteers um rund 2 600 auf insgesamt 17 447 an. Die Zahl der in diesem Rahmen geleisteten Arbeitsstunden stieg auf über 170 518. Außerdem verlagerten sich die Aktionsschwerpunkte zunehmend weg von Social Days hin zu kompetenzbasiertem Engagement (zum Beispiel im Bereich der Handy- und Computerkompetenz).

engagement@telekom.

	2012	2013
Anzahl durchgeführte Volunteering Projekte	312	240
Anzahl Volunteers (Mitarbeiter)	14 829	17 447
Geleistete Arbeitsstunden	83 564	170 518

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT.

Mit dem CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“ ermitteln wir die Identifikation und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem CR-Engagement. Die Messung erfolgt auf Basis der alle zwei Jahre stattfindenden Mitarbeiterbefragungen in den Landesgesellschaften und dient bei der Definition von Zielvorgaben als Grundlage. 2010 fand die erste Messung statt. In der letzten Befragung im Jahr 2012 zeigte sich eine deutliche Steigerung der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem CR-Engagement. Die nächste Befragung wird im Jahr 2014 erfolgen.

CR KPI „MITARBEITERZUFRIEDENHEIT CR“ DEUTSCHE TELEKOM KONZERN.

In der Befragung aus dem Jahr 2012 zeigte sich eine deutliche Steigerung in der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem CR-Engagement. Im Jahr 2012 wurde zum Beispiel die Aktionsreihe „Nachhaltigkeit zum Frühstück“ gestartet. Dazu verteilte der Corporate-Responsibility-Bereich der Deutschen Telekom an den verschiedenen Unternehmens-

standorten Frühstücksboxen, die mit ihren Inhalten einen Einblick in die vielseitigen Beiträge des Unternehmens zum Thema Nachhaltigkeit gewährten. Eine Fortführung der Aktionsreihe ist für 2013 geplant. Darüber hinaus leisten viele Mitarbeiter der Telekom ihren ganz persönlichen gesellschaftlichen Beitrag durch Freiwilligenarbeit und füllen damit die CR-Strategie des Unternehmens mit Leben. Konzernweit setzen sich unsere Mitarbeiter zum Beispiel für eine saubere Umwelt und für den Schutz von Natur und Klima ein. Für detailliertere Informationen zu Corporate Volunteering & Corporate Giving siehe Kapitel Gesellschaft.

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).

CR KPI "Mitarbeiterzufriedenheit CR" Deutsche Telekom Konzern.



■ Die Deutsche Telekom nimmt ihre Verantwortung im Hinblick auf gesellschaftliches und ökologisches Engagement gut wahr (in %).

■ Ich identifiziere mich mit dem gesellschaftlichen und ökologischen Engagement der Deutschen Telekom (in %).

✓ Daten durch PwC geprüft. Daten stammen von externen Dienstleistern. Werte sind nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar, da sich die Grundgesamtheit durch neu teilnehmende Landesgesellschaften verändert hat.

PULS-CHECK.

Auch 2013 konnten in der Pulsbefragung zur Mitarbeiterzufriedenheit sehr gute Werte erzielt werden: 70 Prozent der Befragten beantworteten die Frage, wie sie sich im Unternehmen fühlten, positiv. Selbst gegenüber dem ausgezeichneten Vorjahresergebnis hielt der Aufwärtstrend damit weiter an.

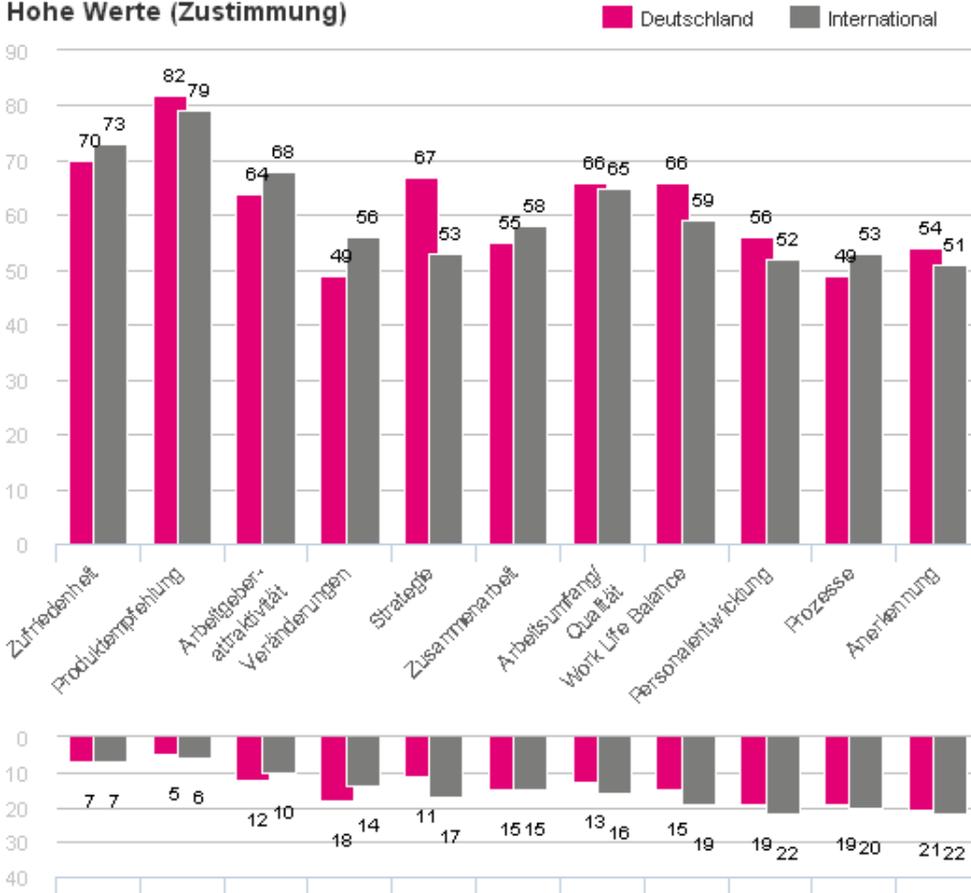
Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

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).

Puls-Check.

Ergebnisse konzernweite Pulsbefragung, Oktober/November 2013, in Prozent.

Hohe Werte (Zustimmung)



Niedrige Werte (Ablehnung)



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.
- Personalentwicklung = Für meine berufliche Entwicklung gibt es in unserem Unternehmen ausreichend Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
- Prozesse = Die vorhandenen Prozesse 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 erfahrene Anerkennung für angemessen.

DIVERSITY & ALTERSVORSORGE.

FRAUEN IM KONZERN.

Der Anteil von Frauen im mittleren und oberen Management konnte im Jahr 2013 insbesondere in Deutschland gegenüber den Vorjahren auf 25 Prozent gesteigert werden, während der Anteil in den internationalen Konzerngesellschaften konstant bei circa 29 Prozent blieb.

Bis Ende 2015 sollen 30 Prozent der oberen und mittleren Führungspositionen mit Frauen besetzt sein. Die Regelung gilt für alle Landesgesellschaften der Telekom.

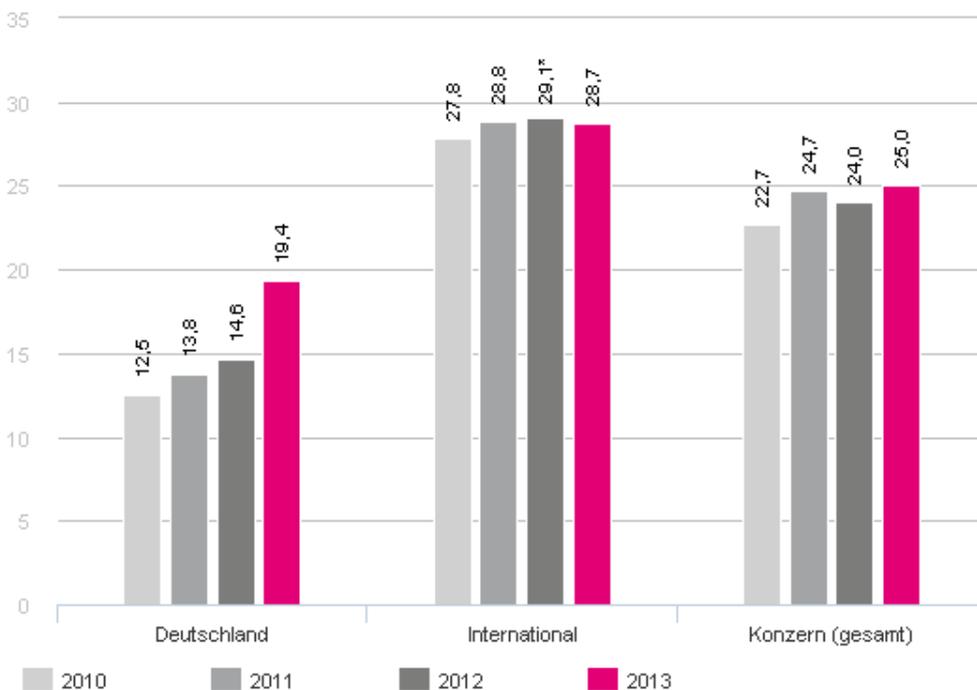
Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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).

Frauen im mittleren und oberen Management.

In Prozent.



* Rundungsdifferenzen aus 2012 korrigiert

MITARBEITER IN TEILZEIT.

Der Anteil der Beschäftigten in Teilzeit belief sich 2013 auf etwa 13 Prozent und hat sich damit gegenüber den Vorjahren leicht erhöht.

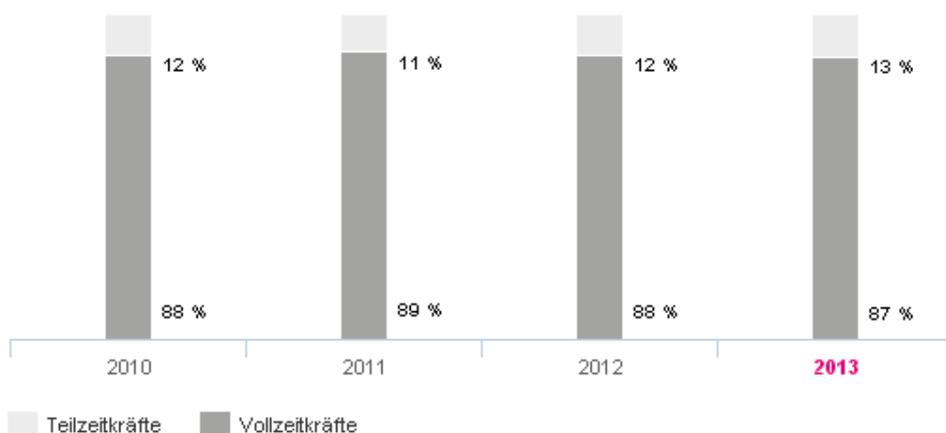
Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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).

Anteil Mitarbeiter in Teilzeitbeschäftigung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Prozent.



MENSCHEN MIT BEHINDERUNG.

Die Förderung und Integration von Menschen mit Behinderungen ist uns ein wichtiges Anliegen. Der Anteil schwerbehinderter Beschäftigter im Konzern in Deutschland lag auch 2013 mit 6,4 Prozent deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent.

Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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).

Menschen mit Behinderungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Nach operativen Segmenten.

	2009	2010	2011	2012	2013
Deutschland	6,3	6,6	6,7	7,1	7,6
Europa					2,5
Systemgeschäft	3,6	3,7	3,8	4,1	4,2
Group Headquarters and Group Services	7,7	7,9	8,1	7,6	5,6
Konzern (gesamt) in Deutschland	6,0	6,2	6,3	6,4	6,4

ALTERSSTRUKTUR.

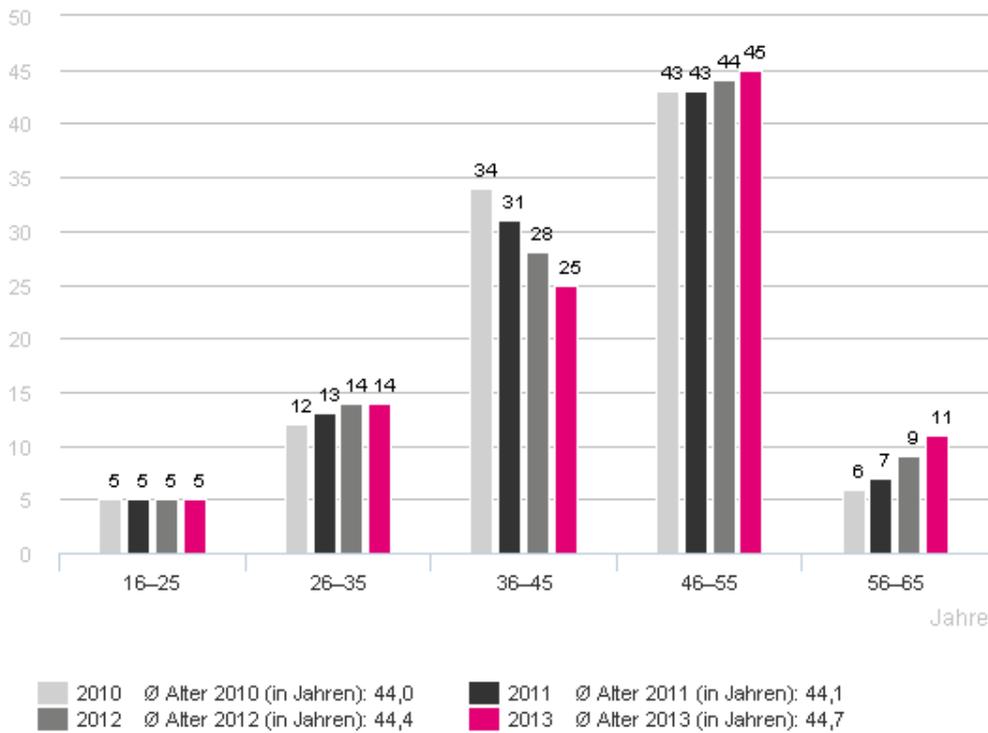
Die Altersstruktur der Telekom in Deutschland hat sich 2012 gegenüber dem Vorjahr nicht wesentlich verändert. Der Großteil unserer Beschäftigten gehört der Altersgruppe der 46- bis 55-Jährigen an. Einen im Vierjahrestrend recht deutlichen Rückgang verzeichneten wir in der Altersgruppe zwischen 36 und 45. Dort sank der Anteil der Beschäftigten von 31 über 28 auf zuletzt 25 Prozent. Im Segment der 56- bis 65-Jährigen stieg der Wert gegenüber dem Vorjahr von 9 auf 11 Prozent.

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).

Altersstruktur Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Prozent.



BETRIEBLICHE ALTERSVORSORGE.

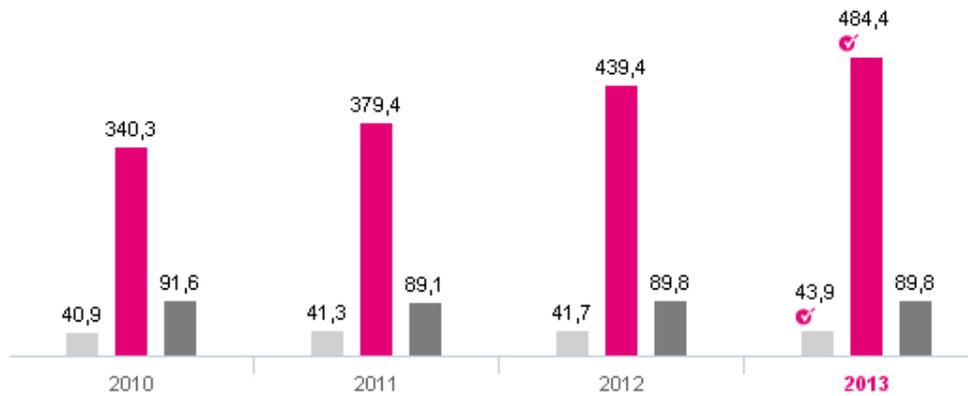
Der Anstieg im Fondsvermögen ist (wie bereits in den Vorjahren) durch die Beitragszahlungen der zunehmenden Anzahl von Planteilnehmern begründet. Da sich die überwiegende Mehrheit der Planteilnehmer des Pensionsplans 2001 noch im aktiven Zeitraum, das heißt in der Phase des Aufbaus ihrer Altersversorgung, befindet, wird der Anstieg auch in den nächsten Jahren anhalten.

Mehr Informationen zur nachhaltigen Anlagestrategie für die Vermögen der betrieblichen Altersversorgung und ähnlicher Verpflichtungen in Deutschland finden Sie im Kapitel Strategie und Management.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Durch die Angabe wird der GRI-Indikator EC 3 (Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen) vollständig abgedeckt.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



- Anzahl Planteilnehmer Telekom Pensionsfond (Gesamt) in Tausend *
- Fondsvermögen Telekom Pensionsfond (Gesamt) in Mio. €
- Kapitalkontenzusagen (arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung Telekom) in Tausend

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

🔍 Geprüft durch PwC: nur Anzahl Planteilnehmer Telekom Pensionsfond und Fondsvermögen Telekom Pensionsfond.

AUS- & WEITERBILDUNG.

WEITERBILDUNG TELEKOM TRAINING.

2013 wurden im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen der Deutschen Telekom in Deutschland 36 054 Seminare mit 278 575 Teilnehmern durchgeführt. Entsprechend den absolvierten Teilnehmertagen entfielen im Berichtszeitraum durchschnittlich 4,0 Qualifizierungstage auf jeden Mitarbeiter. Darüber hinaus wurden 930 800 webbasierte Trainings durchgeführt.

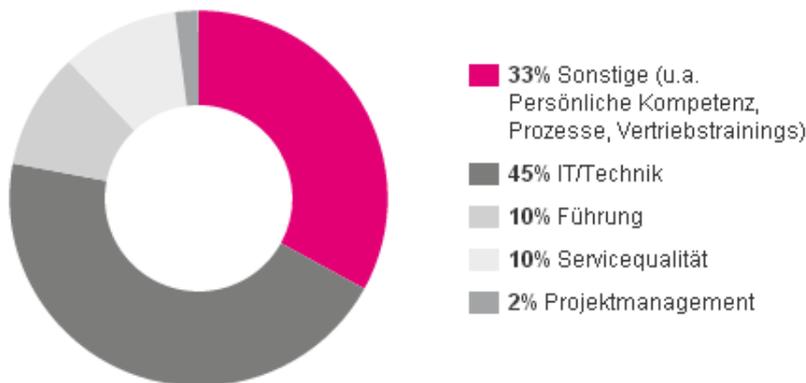
Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Weiterbildung Telekom Training Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Deutschland. Anteile der Themenbereiche, Stand: 31.12.2013.



Seminare: **36 054**
Teilnehmer: **278 575** (jeder MA Ø zwei Teilnahmen)
Teilnehmertage: **477 086**
Ø Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer: **1,7**; je Mitarbeiter: **4,0**
Anzahl durchgeführter webbasierter Trainings (Content Usages auf interner E-Learning-Plattform): **930 800**

AUSZUBILDENDE UND BERUFSFELDER.

Die Zahl der Auszubildenden (einschließlich Studenten) ging von 9 565 im Vorjahr auf 9 399 leicht zurück.

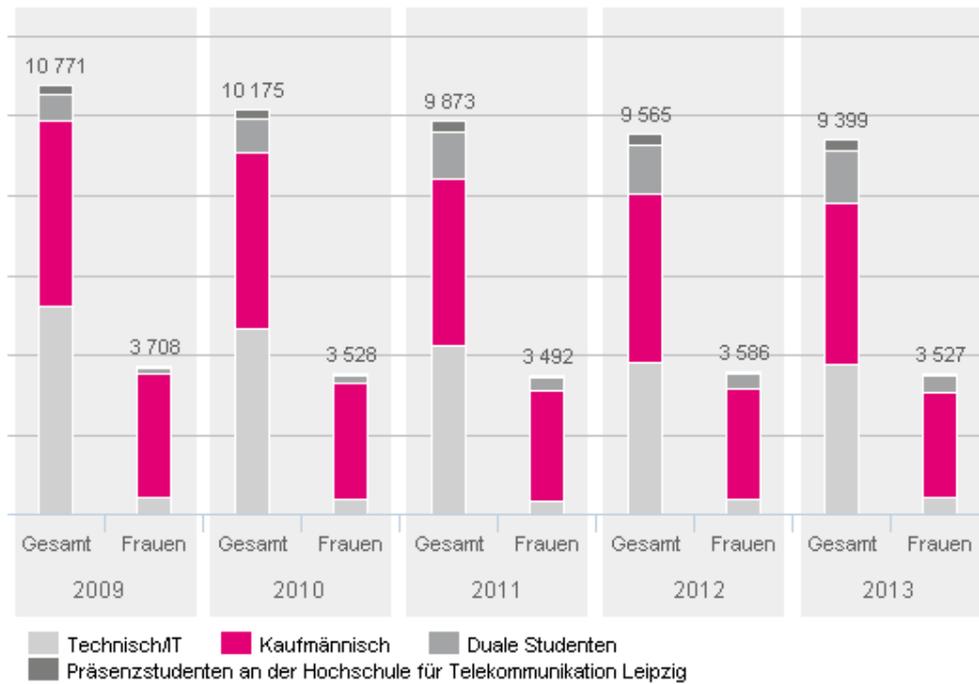
Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Auszubildende und Berufsfelder Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Gesamt und Anteil Frauen, in Mitarbeitern (FTE).



Beispiel kaufmännische Berufe: Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute im Einzelhandel bzw. für Dialogmarketing, Industriekaufleute.
 Beispiel duale Studiengänge: Bachelor in Business Administration, Telekommunikationsinformatik, Wirtschaftsinformatik.

MITARBEITERGESUNDHEIT.

GESUNDHEITSQUOTE.

Die Gesundheitsquote der Telekom in Deutschland blieb im Vierjahresvergleich mit knapp 94 Prozent auf hohem Niveau relativ konstant.

Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Gesundheitsquote Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Nach operativen Segmenten, in Prozent.

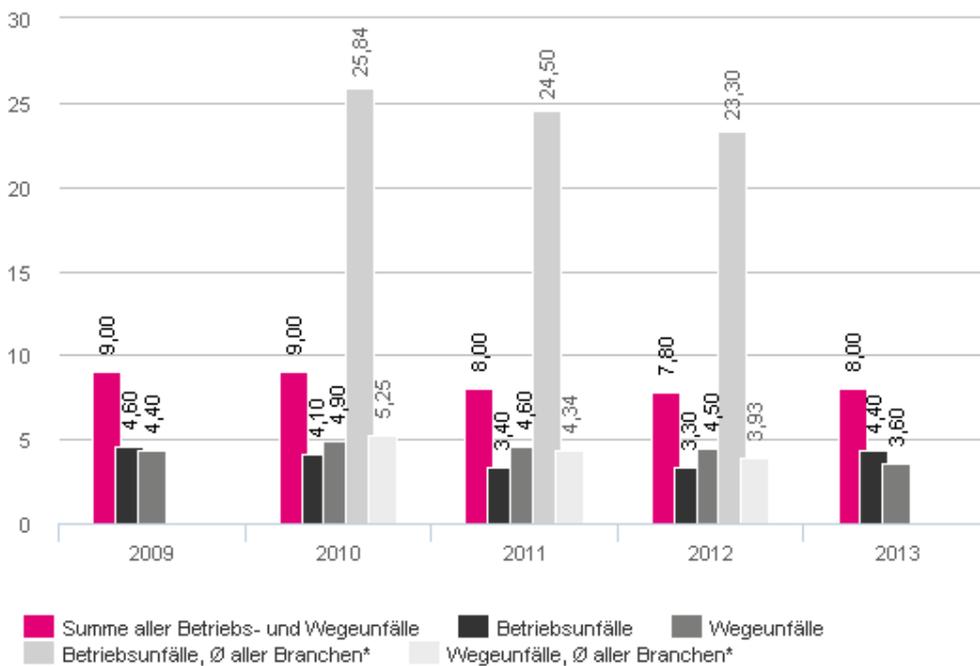
	2009	2010	2011	2012	2013
Deutschland	93,3	93,4	93,5	93,6	93,4
Europa	97,4	97,8	97,7	97,3	96,8
Systemgeschäft	96,4	96,5	96,2	96,3	96,3
Group Headquarters and Group Services	94,0	94,3	94,4	94,5	94,3
Konzern (gesamt)	94,0	94,2	94,1	94,2	93,9

ARBEITSUNFÄLLE IN DEUTSCHLAND.

Gegenüber dem Vorjahr blieb die Quote aller Betriebs- und Wegeunfälle konstant bei etwa 8 pro 1 000 Mitarbeiter. Erfreulicherweise kam es im Berichtszeitraum zu keinem tödlichen Unfall.

Arbeitsunfälle Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Anzahl je Tausend Mitarbeiter.



* In den bisher veröffentlichten Statistiken sind die Unfälle aus dem Jahr 2013 noch nicht erfasst.

MITARBEITERZAHLEN.

ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHLEN WELTWEIT.

Auch 2013 ging die Mitarbeiterzahl gegenüber den Vorjahren weiter zurück.

Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Entwicklung der Mitarbeiterzahl weltweit.

Nach operativen Segmenten, in Mitarbeitern (FTE).

	2009 [*]	2010 [*]	2011 [*]	2012 [*]	2013
Deutschland	81 336	70 902	69 574	67 497	66 725
USA	40 697	37 760	32 868	30 288	37 071
Europa	71 163	63 338	58 794	57 196	52 519
Systemgeschäft	46 021	51 742	52 170	52 847	50 286
Group Headquarters & Group Services	20 703	23 035	21 726	21 858	21 995
Konzern (gesamt)	259 920	246 777	235 132	229 686	228 596

^{*} Abweichungen gegenüber dem bisherigen Reporting entstehen durch Rückrechnungen (Restatements). Diese Restatements resultieren aus organisatorischen Veränderungen im Konzern.

BELEGSCHAFT DEUTSCHE TELEKOM 1998 BIS 2013.

Auch 2013 ging die Größe der Belegschaft gegenüber den Vorjahren weiter zurück.

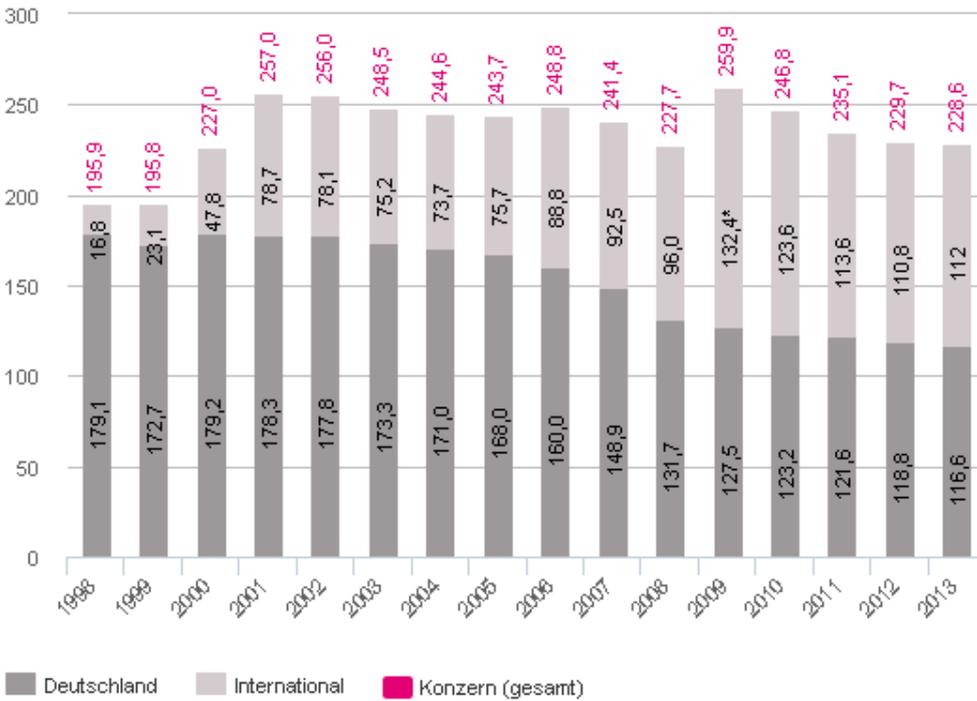
Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Beschäftigte.

In Tausend Mitarbeitern (FTE), jeweils zum 31.12.



*2009 ist die OTE mit 32 990 FTE enthalten

ANTEIL BEAMTE KONZERNBELEGSCHAFT.

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Mitarbeiterentwicklung hat sich 2013 auch die Zahl der Beamten in Deutschland von 38 224 im Vorjahr auf 36 114 Vollzeitstellen verringert.

Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Anteil Beamte Konzernbelegschaft Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Mitarbeitern (FTE).

	2009	2010	2011	2012	2013
Aktive Beamte	29 188	25 570	23 516	21 958	20 523
In sich beurlaubte Beamte (ISB)*	6 597	1 678	1 537	1 430	1 412
Beamte in Beteiligungsgesellschaften (BTG)	13 267	16 729	15 774	14 836	14 179
Summe Beamte	49 052	43 977	40 828	38 224**	36 114**
Arbeitnehmer Deutschland	78 435	79 197	80 736	80 616	80 529
Summe Beschäftigte Deutschland	127 487	123 174	121 564	118 840	116 643
Beamtenanteil Deutschland (in %)	38,5	35,7	33,6	32,2	30,96

* Beamte, deren Beamtenverhältnis ruht. Sie sind vorübergehend in ein Angestelltenverhältnis gewechselt.

** Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauerer Detailangaben. Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen.

MITARBEITER VIVENTO.

Die Beschäftigtenzahl von Vivento hat sich mit 6 964 gegenüber dem Vorjahreswert von 6 739 leicht erhöht. Insgesamt konnten 766 Mitarbeiter eine neue Beschäftigung finden.

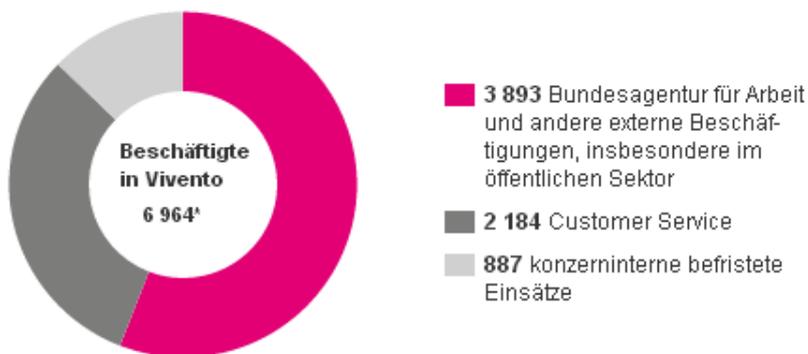
Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

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.

Vivento Mitarbeiterzahlen.

Inklusive Geschäftsmodelle und Projekte.



Stammkräfte und Betreuungspersonal: **592**

Anzahl der Mitarbeiter, die 2013 über Vivento eine neue Beschäftigung gefunden haben: **766**

Zugänge Mitarbeiter zu Vivento seit Gründung: **50 898**

Vivento verlassen seit Gründung: **42 868**

* Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauer Detailangaben. Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen.

INSTRUMENTE ZUM SOZIALVERTRÄGLICHEN PERSONAL- ABBAU.

2013 haben wir unsere Anstrengungen für einen sozialverträglichen Personalumbau fortgesetzt. Dabei nutzten wir weltweit bewährte Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden aus dem Unternehmen.

Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht unter www.personalbericht.telekom.com.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 6 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Instrumente zum sozialverträglichen Personalabbau Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Personalabgänge in Mitarbeitern (FTE).

	2009	2010	2011	2012	2013
Vorruhestand Beamte	2 788	3 947	2 564	2 266	1 618
Vorruhestand Arbeitnehmer	468	121	0	3	27
Abfindungen	2 192	2 227	709	955	1 316
Altersteilzeit (Beginn Ruhephase)	643	846	959	1 417	711
Weitere sozialverträgliche Instrumente	132	782	163	120	241

FLUKTUATIONSQUOTE.

Fluktuationsquote.

Ungesteuert (arbeitnehmerseitige Kündigung).

	2012	2013
Deutschland	1,95%	1,82%
International*	**	7,63%
Konzern (gesamt)*		4,17%

* ohne USA

** Die Fluktuationswerte des Systemgeschäfts wurden in 2012 noch nicht vollständig erhoben.

IDEENMANAGEMENT.

GENIAL@TELEKOM. IDEENMANAGEMENT.

Im Jahr 2013 wurden über die Ideenplattform genial@telekom 12 146 Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitern eingereicht. Die damit erzielten Einsparungen beliefen sich auf 83 Millionen Euro. Zudem wurden im Berichtszeitraum 148 Patente angemeldet.

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.

genial@telekom. Ideenmanagement.

	2009	2010	2011	2012	2013
Ideen eingereicht	5 592	10 498	10 831	13 043	12 146
Einsparungen in Mio. €	122	136	116	104	83

BESTAND AN SCHUTZRECHTEN.

Im Berichtszeitraum wurden 148 Patente angemeldet. Der Bestand an Schutzrechten lag Ende 2013 bei circa 7 500 und damit unterhalb des Vorjahreswerts. Gezielt managen wir diese Schutzrechte unter Kosten/Nutzen-Aspekten. Der Bestand wird regelmäßig überprüft und um nicht mehr relevante Schutzrechte bereinigt.

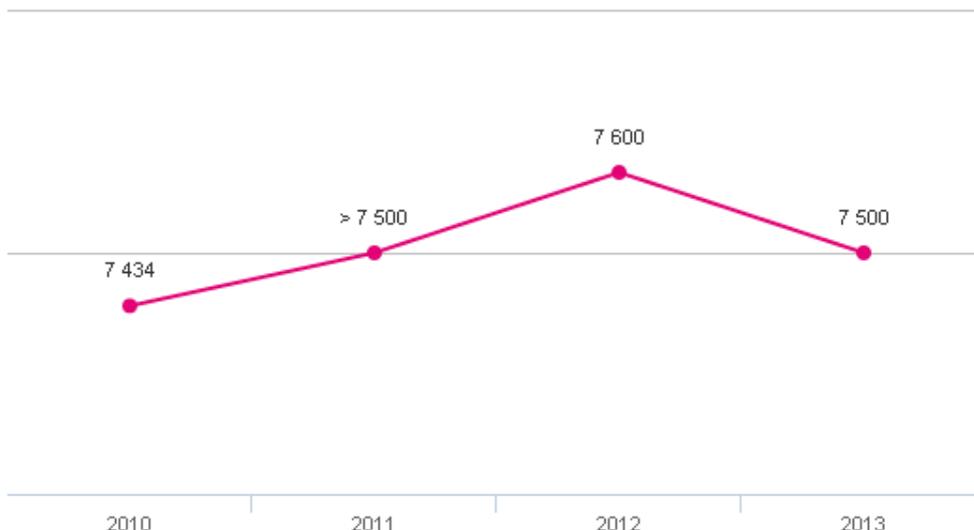
Die Bedeutung von Patenten in der Telekommunikationsbranche wächst beständig. Akteure und Aktionsfelder ändern sich und beeinflussen unsere IPR-Agenda (IPR – Intellectual Property Rights; Rechte am geistigen Eigentum). Hohen Stellenwert hat es für uns einerseits, die Handlungsfreiheit unseres Konzerns zu erhalten, andererseits wollen wir neben eigener Forschung und Entwicklung durch Kooperationen

und Partnerschaften Innovationsprozesse weiter öffnen. Dafür sind Schutzrechte – national wie international – außerordentlich bedeutend. Wir widmen uns intensiv der Erzeugung eigener Rechte. Zu den Gesamtschutzrechten zählen Erfindungen, Patentanmeldungen, Patente, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster.

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.

Bestand an Schutzrechten Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



IMPRESSUM.

Adresse:

Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn

Amtsgericht Bonn: HRB 6794,
Sitz der Gesellschaft: Bonn
USt-IdNr.: DE 123475223
E-Mail: info [at] telekom.de

Administrative Anfragen: impressum [at] telekom.de
Telefon: 0228/ 181-0

Kontakt:

Bei Fragen zum Unternehmen oder zu Produkten und Dienstleistungen unserer Geschäftsbereiche, nutzen Sie bitte unsere Kontaktformulare.

Vertretungsberechtigt:

Timotheus Höttges
Reinhard Clemens
Niek Jan van Damme
Thomas Dannenfeldt
Dr. Thomas Kremer
Claudia Nemat

Aufsichtsbehörde:

Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen
Tulpenfeld 4, 53113 Bonn

Verantwortlich:

Deutsche Telekom AG
Birgit Klesper
Senior Vice President Group Transformational Change & Corporate Responsibility
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn

Weitere Informationen zum CR-Engagement der Telekom erhalten

Sie unter:

www.telekom.com/verantwortung

<http://www.telekom.com/verantwortung/news/122900>

sowie unter:

<http://www.geschaeftsbericht.telekom.com>

<http://www.personalbericht.telekom.com>

<http://telekom2.de/dud2013/>

Konzept/Redaktion/Gestaltung/Programmierung:

Deutsche Telekom AG
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg
1000°DIGITAL GmbH, Leipzig

Fotos:

Jürgen Schwarz

Der CR-Bericht 2013 liegt in deutscher und in englischer Sprache vor.
Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS.

Die Deutsche Telekom AG übernimmt keine Garantie dafür, dass die auf dieser Website bereitgestellten Informationen vollständig, richtig und in jedem Fall aktuell sind. Dies gilt auch für alle Webseiten, auf die durch einen Link verwiesen wird. Die Deutsche Telekom AG ist für den Inhalt einer Seite, die mit einem solchen Link erreicht wird, nicht verantwortlich. Die Deutsche Telekom AG behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung Änderungen oder Ergänzungen der bereitgestellten Informationen vorzunehmen oder diese zu entfernen.

Die Informationen auf dieser Website stellen weder ein Verkaufsangebot dar noch werben sie für den Kauf von Wertpapieren und sollten nicht Grundlage für eine Anlageentscheidung sein. Auf keinen Fall haftet die Deutsche Telekom für Schäden, die durch fehlende Nutzungsmöglichkeiten oder Datenverluste im Zusammenhang mit der Nutzung von Dokumenten oder Informationen bzw. der Erbringung von Dienstleistungen entstehen, die auf dieser Website zugänglich sind.

Abgesehen von vergangenheitsbezogenen Angaben sind die auf dieser Website einzusehenden Unterlagen und Dokumente so genannte „Forward-Looking Statements“ (Aussagen auf der Grundlage von Erwartungen). Diese Aussagen sind abhängig von Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren, auf die die Deutsche Telekom AG vielfach keinen Einfluss hat und die zu erheblichen Abweichungen der tatsächlichen Ergebnisse von diesen Aussagen führen können. Diese Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren sind in den Finanzberichten, die auf der Website der Deutschen Telekom zur Verfügung stehen, ausführlich beschrieben. Dem Besucher dieser Website wird empfohlen, diese auf Erwartungen beruhenden Aussagen nicht überzubewerten. Die Deutsche Telekom hat weder die Absicht noch eine Verpflichtung, derartige Aussagen zu revidieren oder zu aktualisieren, sei es infolge neuer Erkenntnisse, künftiger Ereignisse oder sonstiger Einflussfaktoren.

CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2013.

GRI-INDEX.

**GLOBAL COMPACT
FORTSCHRITTSBERICHT.**



ERLEBEN, WAS VERBINDET.

PROFIL

Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
1. Strategie und Analyse					
1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers		●	2.9 Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum		●
> Über diesen Bericht > Vorwort des Vorstandsvorsitzenden			> Geschäftsbericht 2013 > Mitarbeiter > Mitarbeiterstatistik		
1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen		●	> Geschäftsbericht 2013 > Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG		
> Strategie & Management > Chancen und Risiken			> Geschäftsbericht 2013 > Geschäftsentwicklung der operativen Segmente		
2. Organisationsprofil					
2.1 Name der Organisation		●	> Geschäftsbericht 2013 > Mitarbeiter > Mitarbeiterstatistik		
> Über diesen Bericht > Konzernporträt			> Über diesen Bericht > Konzernporträt		
2.2 Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen		●	2.10 Im Berichtszeitraum erhaltene Preise		●
> Über diesen Bericht > Konzernporträt			> Über diesen Bericht > Auszeichnungen		
2.3 Organisationsstruktur		●	> Strategie & Management > Finanzen > Aktuelle Position in Rankings und Ratings		
> Geschäftsbericht 2013 > Konzernstruktur			> Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz (Nachhaltigkeit im Einkauf)		
> Telekom weltweit			3. Berichtsparameter		
2.4 Hauptsitz der Organisation		●	3.1 Berichtszeitraum		●
> Impressum			> Über diesen Bericht		
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit		●	3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts		●
> Landesgesellschaften			> Über diesen Bericht		
> Telekom weltweit			3.3 Berichtszyklus		●
2.6 Eigentümerstruktur		●	> Über diesen Bericht		
> Geschäftsbericht 2013 > Konzernstruktur > Geschäftstätigkeit und Organisation			3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und seinem Inhalt		●
> Geschäftsbericht 2013 > Konzernstruktur > Leitung und Kontrolle			> Impressum/Kontaktformular		
2.7 Märkte		●	Birgit Klesper, Senior Vice President Group Transformational Change & Corporate Responsibility		
> Über diesen Bericht > Konzernporträt			3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts		●
> Geschäftsbericht 2013 > Wirtschaftliches Umfeld > Telekommunikationsmarkt			> Über diesen Bericht		
2.8 Größe der Organisation		●	> Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Stakeholder-Erwartungen		
> Geschäftsbericht 2013 > Das Geschäftsjahr 2013 im Überblick			> Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung		
> Geschäftsbericht 2013 > Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG			> Formate der Einbeziehung/Partizipation: Materiality-Workshop zum CR-Bericht 2013		
> Geschäftsbericht 2013 > Geschäftsentwicklung der operativen Segmente					

Indikator	Verweis	Status
-----------	---------	--------

3.6 Berichtsgrenze



- > Über diesen Bericht
- > Über diesen Bericht > Konzernporträt
- > Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Stakeholder-Erwartungen > Die Stakeholder der Telekom

3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs



- > Über diesen Bericht

3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing



- > Geschäftsbericht 2013 > Mitarbeiter > Mitarbeiterstatistik
- > Standorte und Beteiligungen im Überblick

3.9 Datenerfassung



- > Über diesen Bericht
- > Strategie & Management > CR-Strategie > CR Key Performance Indikatoren
- > Über diesen Bericht > Betriebswirtschaftliche Prüfung
- > Strategie & Management > CR-Governance
- > Kennzahlen

Die Telekom verfügt über ein internes Reportingsystem 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



- > Über diesen Bericht
- > Über diesen Bericht > Benutzerhilfe

Sofern Informationen aus vergangenen Berichten im vorliegenden CR-Bericht 2013 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
- > Über diesen Bericht > Betriebswirtschaftliche Prüfung

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

4.1 Führungsstruktur der Organisation



Indikator	Verweis	Status
-----------	---------	--------

- > Strategie & Management > CR-Governance
- > Geschäftsbericht 2013 > Der Vorstand
- > Geschäftsbericht 2013 > Corporate Governance-Bericht

4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist



- > Geschäftsbericht 2013 > Der Vorstand

4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans



- > Geschäftsbericht 2013 > Der Vorstand

4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand



- > Geschäftsbericht 2013 > Bericht des Aufsichtsrats
- > Geschäftsbericht 2013 > Corporate Governance-Bericht
- > Personalbericht 2013/2014 > Intensive Sozialpartnerschaft: Konstruktiver Austausch auf deutscher und internationaler Ebene

4.5 Kopplung der Vorstandvergütung an die Unternehmensleistung



Die Telekom verwendet ein Anreizsystem, um Führungskräfte und Experten zur Umsetzung ihres CR-Programms zu motivieren: So enthält die Vergütung unserer Vorstandsmitglieder variable Bestandteile, die an das Erreichen bestimmter Nachhaltigkeitsziele gekoppelt sind. Hierzu gehören neben Zielwerten für Finanzkennzahlen auch die Verbesserung der Kundenzufriedenheit und der Mitarbeiterzufriedenheit sowie die Einhaltung der Werte und Leitlinien unseres Unternehmens. Die Zielvereinbarungen enthalten für ausgewählte Vorstandsmitglieder weiterhin Vorgaben zur Diversity wie beispielsweise die Erhöhung der Beschäftigungsquote von Frauen in Führungspositionen. Auch die Verbesserung der Work-Life-Balance und die Zahl der nach der Ausbildung übernommenen Trainees und Azubis haben Auswirkungen auf die Vorstandsvergütungen. Außerdem hängt die variable Vergütung unserer für CR-Maßnahmen verantwortlichen Mitarbeiter davon ab, inwieweit sie definierte Zielvorgaben erreichen.

4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten im Vorstand



- > Geschäftsbericht 2013 > Corporate Governance-Bericht

4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen



- > Strategie & Management > CR-Governance

4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien



- > Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- > Strategie & Management > CR-Programm
- > Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung
- > Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten
- > Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Verbraucher- und Jugendschutz
- > Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen
- > Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz
- > Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf

4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung



Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
>	Strategie & Management > CR-Strategie		4.16	Einbeziehung von Stakeholdern	●
	Der Bereich CR ist über die Unternehmenskommunikation und den Vorstandsbeauftragten für Nachhaltigkeit und Klimaschutz beim Vorstandsvorsitzenden verankert. Die Steuerung der Nachhaltigkeitsleistung läuft über Zielvorgaben.		>	Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung	
4.10	Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	●	>	Strategie & Management > Politik & Regulierung > Politische Interessenvertretung: Nachhaltigkeitsbezug (Einleitung)	
↗	Geschäftsbericht 2013 > Corporate Governance-Bericht		>	Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Managementansatz (Politik & Regulierung)	
	Der Vorstand der Telekom leitet den Konzern operativ und ist bestrebt, die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens ständig zu verbessern.		>	Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: Dialog- und Informationsangebote der Landesgesellschaften	
4.11	Vorsorgeprinzip	●	>	Gesellschaft > engagement@telekom > Corporate Volunteering und Corporate Giving in Deutschland	
>	Strategie & Management > Compliance		>	Lieferanten > Lieferantenmanagement > Lieferanten-Workshops zur Reduzierung von Scope-3-Emissionen	
>	Strategie & Management > CR-Governance		>	Lieferanten > Lieferantenmanagement > Workshop mit Huawei und Vorlieferanten in China	
>	Strategie & Management > Risiko- & Chancenmanagement		>	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day	
	Ansätze für präventives Handeln bieten bei der Telekom das Risikomanagement, das Compliance-Management und die CR KPI.		>	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Beitrag zum Wertschöpfungskreislauf	
4.12	Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	●	4.17	Fragen und Bedenken von Stakeholdern	●
>	Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung		>	Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung	
>	Netze > Netz- & Infrastrukturausbau		>	Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Cyber Security > Spitzentreffen für sicheres Internet	
>	Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: EMF-Policy		>	Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) > Aktueller Stand von Diskussion und Forschung	
>	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Initiativen und Kooperationen zum Jugendmedienschutz		>	Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit	
>	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes zum Verbraucherschutz		>	Lieferanten > Lieferantenmanagement > Workshop mit Huawei und Vorlieferanten in China	
>	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Conflict-Free Sourcing Initiative		>	Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Bewertung der Telekom-Flotte durch die Deutsche Umwelthilfe	
>	Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz (Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf)		↗	Personalbericht 2013/2014 > Intensive Sozialpartnerschaft: Konstruktiver Austausch auf deutscher und internationaler Ebene	
>	Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment				
>	Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: European Code of Conduct on Data Centres				
>	Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Managementansatz (Klimaschutzstrategie)				
>	Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz				
4.13	Mitgliedschaften	●			
>	Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung > Übersicht Mitgliedschaften und Kooperationen				
4.14	Stakeholdergruppen	●			
>	Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung				
4.15	Auswahl der Stakeholdergruppen	●			
>	Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung				

ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
Managementansatz		●	EC4 Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand		●
Wirtschaftliche Leistung.			↗ Geschäftsbericht 2013 > An unsere Aktionäre > Die T-Aktie		
➤ Über diesen Bericht > Konzernporträt			Der Bund hält Anteile an der Deutschen Telekom.		
↗ Geschäftsbericht 2013 > Geschäftsentwicklung des Konzerns			EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn		●
↗ Geschäftsbericht 2013 > Konzernsteuerung > Finanzstrategie			➤ Beschäftigte > CR-Wissen: Vergütung		
↗ Geschäftsbericht 2013 > Konzernsteuerung > Finanzstrategie > Wertmanagement und Steuerungssystem			Insbesondere an unseren deutschen Standorten sind die Eintrittsgehälter unserer Mitarbeiter, trotz teilweise notwendiger Anpassungen an das Marktniveau, im Branchenvergleich nach wie vor attraktiv.		
Marktpräsenz.			EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben, die auf Zulieferer vor Ort an wesentlichen Geschäftsstandorten entfallen		●
➤ Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung			➤ Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz (Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf)		
Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen.			Als ICT-Unternehmen ist die Telekom auf Zulieferer weltweit angewiesen. Daher gelten keine konzernweiten Richtlinien zur Bevorzugung örtlicher Zulieferer an Standorten.		
➤ Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung			EC7 Standortbezogene Personalauswahl		●
➤ Über diesen Bericht > Konzernporträt			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.		
➤ Netze > Netz- & Infrastrukturausbau			EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl		●
EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		●	➤ Netze > Netz- & Infrastrukturausbau		
➤ Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Finanzielle Kennzahlen > Nettowertschöpfung			➤ Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung		
➤ Gesellschaft > engagement@telekom > Corporate Volunteering & Corporate Giving in Deutschland			➤ Gesellschaft > engagement@telekom		
↗ Geschäftsbericht 2013 > Finanzdaten des Konzerns			➤ Gesellschaft > Bildungsentwicklung		
EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels		●	➤ Gesellschaft > Kultur- und Sportsponsoring		
➤ Strategie & Management > CR-Strategie > CR-Handlungsfelder			EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		●
➤ Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie			➤ Netze > Netz- und Infrastrukturausbau		
➤ Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen			➤ Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen		
➤ Klima & Umwelt > CR-Wissen: SMARTer-2020-Studie			➤ Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung		
➤ Klima & Umwelt > CR-Wissen: Energiekonzept 2020			➤ Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Barrierefreie Produkte & Dienste		
➤ Kunden > Nachhaltige Produkte und Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen			➤ Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung		
↗ Geschäftsbericht 2013 > Corporate Responsibility > Verantwortung: Geschäftsmodell der Zukunft					
Der Klimawandel ist ein komplexer Prozess, dessen unmittelbare und langfristige Auswirkungen auf unser Unternehmen durch verschiedene nationale und internationale politische Akteure, Unternehmen und Konsumenten beeinflusst werden. Aufgrund unterschiedlicher möglicher Zukunftsszenarien ist eine quantitative Prognose der finanziellen Auswirkungen derzeit nicht realisierbar. Im Rahmen unserer öffentlich verfügbaren Antwort zum Carbon Disclosure Project (CDP) haben wir intensiv über unsere Einschätzungen zu den Risiken und Chancen aus der globalen Erderwärmung Stellung genommen.					
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen		●			
➤ Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity und Altersvorsorge > Betriebliche Altersvorsorge					

ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Indikator	Verweis	Status
Managementansatz		◆

Materialien.

Die Menge eingesetzter Materialien wie Rohstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe oder halbfertiger Erzeugnisse ist für die Telekom als nicht produzierendes Gewerbe sehr gering und daher nicht wesentlich.

Energie.

- Strategie & Management > CR-Strategie
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Energiekonzept 2020

Wasser.

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz

Biodiversität.

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Schutz der Biodiversität

Emissionen, Abwasser und Abfall.

- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Managementansatz (Klimaschutzstrategie)
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Fortschritte bei der Erfassung von Emissionen entlang der Wertschöpfungskette
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Event Policy
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: SMARTer-2020-Studie
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Green Car Policy
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Konzernweiter Rahmen für Abfallvermeidung und Recycling geschaffen
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz

Produkte und Dienstleistungen.

- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- Geschäftsbericht 2013 > Innovation und Produktentwicklung

Einhaltung von Rechtsvorschriften.

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen
- Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement

Transport.

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Managementansatz Nachhaltige Mobilität
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Klimaschutz bei Geschäftsreisen
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Green Car Policy

Insgesamt.

- Klima & Umwelt

Indikator	Verweis	Status
Netze > Netz- & Infrastrukturausbau		

EN1 Eingesetzte Materialien

Die Menge eingesetzter Materialien wie Rohstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe oder halbfertiger Erzeugnisse ist für die Telekom als nicht produzierendes Gewerbe sehr gering und daher nicht wesentlich.

EN2 Recyclingmaterial

Da die Menge eingesetzter Materialien für die Telekom als nicht produzierendes Gewerbe sehr gering und nicht wesentlich ist, ist auch der Recyclinganteil daran für den Bericht nicht relevant.

EN3 Direkter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamtenergieverbrauch

EN4 Indirekter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamtenergieverbrauch
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Managementansatz (Klimaschutzstrategie)
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Bis 2016: 10 Prozent mehr Grünstrom in europäischen Landesgesellschaften

EN5 Energieeinsparung

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Weitere Handlungsfelder
- Kunden > Nachhaltige Produkte und Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Cloud Computing
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamtenergieverbrauch

EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien

- Kunden > Nachhaltige Produkte und Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Cloud Computing
- Kunden > CR-Wissen: Cloud-Dienste
- Kunden > CR-Wissen: Smart Metering

Indikator Verweis Status

EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau > Integrierte Netzstrategie
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Nachhaltige ICT-Lösungen > Intelligente Verkehrslösungen für die Smart City
- Klima & Umwelt > CR-Wissen: Klimaschutz bei Geschäftsreisen
- Klima & Umwelt > CR-Wissen: Green Car Policy

EN8 Gesamtwasserentnahme ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten > 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 ●

Bei der Bebauung von Grundstücken halten wir uns an die örtlichen Baurichtlinien und -vorschriften, die von Land zu Land unterschiedlich sind. Die Kosten für die Erhebung der Daten stehen nicht in Relation zum Ergebnis. Angesichts der Größe des Konzerns ist eine Angabe derzeit nicht möglich.

EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität ●

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Schutz der Biodiversität

Gesetzliche Vorgaben regeln in Deutschland mögliche Auswirkungen auf die Biodiversität, wie zum Beispiel bei elektromagnetischen Feldern oder der Verlegung von Kabeln. 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 ●

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Schutz der Biodiversität
- Gesellschaft > engagement@telekom >
- Zusammenarbeit mit Kooperationspartnern

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

Indikator Verweis Status

EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität ●

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Schutz der Biodiversität

Gesetzliche Vorgaben regeln in Deutschland mögliche Auswirkungen auf die Biodiversität, wie zum Beispiel bei elektromagnetischen Feldern oder der Verlegung von Kabeln. 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.

EN15 Gefährdete Arten ◆

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

EN16 Treibhausgasemissionen ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO₂-Emissionen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO₂-Emissionen > CO₂-Emissionen gesamt (Scope 1 & 2)

EN17 Andere Treibhausgasemissionen ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO₂-Emissionen > CO₂-Emissionen aus Geschäftsreisen (Scope 3)

EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen ●

- Kunden > Nachhaltige Produkte und Dienste
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Energiekonzept 2020
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Weitere Handlungsfelder
- Klima & Umwelt > CR-Wissen: SMARTer-2020-Studie
- Klima & Umwelt > CR-Wissen: Green Car Policy

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 ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten > Wasserverbrauch

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

Indikator Verweis Status

EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen > Abfallaufkommen
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Konzernweiter Rahmen für Abfallvermeidung und Recycling geschaffen
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > 11 025 Tonnen Kupferkabel zurückgewonnen

Die aus ihrer Geschäftstätigkeit heraus wesentlichen Abfälle adressiert die Telekom im konzernweiten Rahmen für das Abfallmanagement (Recycling von Kupfer) und über den CR KPI „Handy-Rücknahme“ (gesammelte und wiederverwertete Mobiltelefone). Eine darüber hinausgehende Datenerfassung der Entsorgungsmethode ist komplex und steht in keinem angemessenen Verhältnis zum damit gewonnenen Nutzen.

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 ●

- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige Innovationen ermöglichen
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige Innovationen ermöglichen
- Kunden > Nachhaltige ICT-Lösungen > Beitrag zum Wertschöpfungskreislauf
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Handy-Rücknahme
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für Endgeräteverpackungen
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Konzernweiter Rahmen für Abfallvermeidung und Recycling geschaffen
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz & Umweltschutz > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Einsatz von Recyclingpapier
- Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Umweltfreundliche Büroartikel
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO₂-Emissionen

EN27 Verpackungsmaterial ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen > Handy-Rücknahme
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Handy-Rücknahme

Indikator Verweis Status

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 ●

Im Rahmen der Audits zur ISO 14001 und unserer Audits für das integrierte Arbeits-, Gesundheitsschutz- und Umweltmanagementsystem wurden keine Verstöße gegen internationale, nationale oder regionale Umweltschutzbestimmungen festgestellt.

EN29 Auswirkungen des Transports ●

- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Weitere Handlungsfelder > Klimaschonende Mobilität
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Mobilität
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO₂-Emissionen

Die Problematik der Ermittlung der Emissionen aus den Transporten mit Dienstleistern liegt insbesondere für den Bereich der Einkäufe/Zulieferungen darin, dass die Transportleistungen von den Lieferanten verantwortet werden, die diese Leistung meistens über Logistikdienstleister erbringen. 2013 haben wir im Rahmen der Kalkulation unserer Scope-3-Emissionen für Deutschland versucht, die Emissionen aus Transporten zu ermitteln. Der Anteil der Emissionen in der vorgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3, Kategorie 4 nach GHG Protocol Scope-3-Standard) ist damit fast dreimal so hoch wie die Emissionen durch Transporte in der nachgelagerten Wertschöpfungskette (Scope 3, Kategorie 9 nach GHG Protocol Scope-3-Standard), die wir auf der Basis von detaillierten Informationen unseres Hauptlogistikdienstleisters errechnet haben.

2013 haben wir auch die Emissionen aus den Fahrten zum Arbeitsplatz in Deutschland erhoben (Scope 3, Kategorie 7 nach GHG Protocol Scope-3-Standard). Dabei haben wir die Ergebnisse aus einer freiwilligen Befragung der Beschäftigten im Intranet auf die Gesamtzahl der inländischen Beschäftigten hochgerechnet und sind auf einen Anteil von mehr als 3 Prozent der gesamten Emissionen (Scope 1, 2 & 3) gekommen.

EN30 Ausgaben für den Umweltschutz ◐

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Weitere Handlungsfelder > 11 333 Tonnen CO₂ kompensiert

Die Erfassung der Umweltschutzausgaben und -investitionen wie Abfallaufbereitung und -entsorgung, Zertifizierungen, Personalkosten o.ä. stehen nicht in Relation zum Nutzen. Angesichts der Größe des Konzerns ist eine Angabe derzeit nicht möglich.

GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Indikator Verweis Status

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung

Managementansatz



Beschäftigung.

- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Personal & Struktur“
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Attraktiver Arbeitgeber“
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Vielfalt als Stärke“
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Leistung & Talent“

Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis.

- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Personal & Struktur“

Arbeitsschutz.

- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Gesundheit & Sicherheit“

Aus- und Weiterbildung.

- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Ausbildung & Entwicklung“
- Geschäftsbericht 2013 > Mitarbeiter > Personalstrategie

Vielfalt und Chancengleichheit.

- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Vielfalt als Stärke“

LA1 Gesamtbelegschaft



- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterzahlen
- Personalbericht 2013/2014 > Zahlen & Daten

LA2 Mitarbeiterfluktuation



- Personalbericht 2013/2014 > Zahlen & Daten

Im Rahmen des jährlichen Strukturberichts werden die Eintritte in den Ruhestand – und damit eine wichtige Komponente der natürlichen Fluktuation – nicht erfasst. Eine Aufgliederung der natürlichen Fluktuation nach Geschlecht und Alter ist daher nicht möglich. Der Aufwand einer genaueren Datenerfassung steht in keinem angemessenen Verhältnis zum Nutzen.

LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte



- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity und Altersvorsorge > Betriebliche Altersvorsorge
- Geschäftsbericht 2013 > Mitarbeiter

LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen



Die Telekom hat in Deutschland die Beschäftigungsverhältnisse 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

Indikator Verweis Status

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 2013 waren von 116 643 (2012 waren es 118 840) fest angestellten Mitarbeitern rund 78 245 (2012 waren es 78 894) als tariflich eingruppiert ausgewiesen. Das entspricht einem relativen Anteil von 67,1 (2012 waren es 66,4) Prozent.

LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen



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 Arbeitgeberverbände sowie Gewerkschaften.

LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter



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

LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle



- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeitergesundheit

LA8 Unterricht, Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten



- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Gesundheit & Sicherheit“

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.

Indikator Verweis Status

LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften

Bei Verhandlungen mit den Sozialpartnern werden u.a. auch Arbeitsschutzthemen behandelt.

LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter

2013 nahmen unsere Mitarbeiter im Durchschnitt 24,2 Stunden an Weiterbildungsmaßnahmen teil (Konzern national – Deutschland).

Eine Unterscheidung nach Mitarbeiterkategorien ist für die Telekom nicht relevant, da die Weiterbildungsangebote allen Mitarbeitern gleichermaßen offenstehen.

LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen

- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Vielfalt als Stärke“
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Ausbildung & Entwicklung“
- Personalbericht 2013/2014 > Besondere Talente erkennen und konsequent unterstützen
- Gesellschaft > Bildungsengagement > Engagement in Aus- & Weiterbildung > Telekom unterstützt Berufseinsteiger

LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern

Alle leitenden und außertariflich Angestellten sowie tarifliche Mitarbeiter in Vertriebsfunktionen der Deutschen Telekom AG unterliegen einer Zielvereinbarungssystematik. Je nach Beschäftigungsgruppe ist diese unterschiedlich ausgestaltet. Der variable Entgeltanteil bemisst sich dabei an der individuellen und/oder der Unternehmenszielerreichung. Durch die enge Kopplung des variablen Entgelts an die Unternehmenszielerreichung bei leitenden Angestellten wird dabei eine enge Ausrichtung der Tätigkeiten an die Unternehmensziele und Konzernstrategie gewährleistet.

Als Basis für die Einschätzung der Leistung und des Verhaltens eines Mitarbeiters im Beurteilungszeitraum dient bei leitenden Angestellten und außertariflichen Mitarbeitern zurzeit das „Performance & Potential Review“ (PPR). Dieser Prozess dient in unseren nationalen Gesellschaften und den meisten Auslandsgesellschaften als Standardprozess für die Beurteilung von Leistung und Potenzial unserer Mitarbeiter.

Für die Leistungs- und Verhaltensbewertung der tariflichen Angestellten und der aktiven sowie in ein tarifliches Beschäftigungsverhältnis beurteilten Beamten in den nationalen Einheiten der Deutschen Telekom verwenden wir die Bewertungs- & Entwicklungssystematik „Compass“. Alle Beamten erhalten darüber hinaus eine dienstliche Beurteilung auf Basis der Bundeslaufbahnverordnung.

In beiden Prozessen PPR und Compass ist die Ausgestaltung eines individuellen Entwicklungsplans für den Mitarbeiter fester Bestandteil des Dialogs zwischen Führungskraft und Mitarbeiter.

Die Durchführung und Qualität des Beurteilungsgesprächs sowie die Erstellung des individuellen Entwicklungsplans stellen wir unter anderem durch die Messung mehrerer, entsprechend ausgerichteter Prozesskennzahlen sicher.

In den Gesellschaften, in denen die globalen Prozesse nicht angewandt werden, wird eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung über lokale Instrumente sichergestellt.

Indikator Verweis Status

LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien

- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity & Altersvorsorge
- Geschäftsbericht 2013 > Der Aufsichtsrat der Deutschen Telekom AG 2013

LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht

Seit 2009 vergleichen wir die Vergütung der weiblichen und männlichen Beschäftigten. Signifikante geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Vergütung von außertariflichen Mitarbeitern und leitenden Angestellten in Deutschland konnten nicht festgestellt werden. Bei der Gruppe der Tarifbeschäftigten können wir eine geschlechtsspezifische Benachteiligung von vornherein ausschließen, da sich ihr Gehalt ausschließlich nach der Eingruppierung in die jeweiligen Funktionen richtet. Eine Erhebung des Grundgehalts unserer männlichen und weiblichen Mitarbeiter an allen internationalen Standorten ist aufgrund der Datenverfügbarkeit, der Wettbewerbsrelevanz und des Aufwands nicht möglich.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Managementansatz

Investitions- und Beschaffungspraktiken.

- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz (Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf)
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > „CR-Klausel“ eingeführt
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen

Gleichbehandlung.

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen
- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta
- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Vielfalt als Stärke“

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen.

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Strategie & Management > Werte & Leitlinien

Abschaffung von Kinderarbeit.

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen
- Strategie & Management > Werte & Leitlinien > Sozialcharta überarbeitet und neu veröffentlicht
- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta

Abschaffung von Zwangs- und Pflichtarbeit.

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen
- Strategie & Management > Werte & Leitlinien > Sozialcharta überarbeitet und neu veröffentlicht
- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta

Sicherheitspraktiken.

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien > Sozialcharta überarbeitet und neu veröffentlicht
- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta

Indikator Verweis Status

Rechte der Ureinwohner.

Dieser Aspekt ist für die Telekom nicht wesentlich.

HR1 Investitionsvereinbarungen

- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Nachhaltiger Einkauf
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > „CR-Klausel“ eingeführt
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Nachhaltigkeitsmanagement beim Joint Venture BuyIn

HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen

- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten > CR KPI Nachhaltiger Einkauf

Über den CR KPI Nachhaltiger Einkauf erfasst die Telekom den Zuliefereranteil des Einkaufsvolumens, das über Selbstauskunft oder Social Audits auf Menschenrechte geprüft worden ist.

HR3 Schulungen zu Menschenrechten

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.

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2013
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen
- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta

Indikator Verweis Status

HR6 Kinderarbeit

- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2013
- Lieferanten > Lieferantenmanagement >
- Lieferantenentwicklung durch Kontrollen und gute Beispiele
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen

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

HR7 Zwangsarbeit

- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2013
- Lieferanten > Lieferantenmanagement >

Lieferantenentwicklung durch Kontrollen und gute Beispiele

- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen

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 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

Gemeinwesen.

- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung
- Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement

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.

Korruption.

- Strategie & Management > Compliance

Politik.

- Strategie & Management > Politik & Regulierung

Wettbewerbswidriges Verhalten.

- Strategie & Management > Compliance

Einhaltung der Gesetze.

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz

Indikator Verweis Status

SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen ●

- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement

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 ●

- Strategie & Management > Compliance > Korruptionsvorbeugung und -bekämpfung

SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik ●

- Strategie & Management > Compliance > Korruptionsvorbeugung und -bekämpfung

SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen ●

- Strategie & Management > Compliance > Korruptionsvorbeugung und -bekämpfung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2013

Die Telekom verfolgt ein umfassendes Compliance-Management, um Korruption vorzubeugen und zu bekämpfen. Aufgedeckte Verfehlungen werden angemessen – bis hin zur außerordentlichen Beendigung eines Arbeitsverhältnisses – sanktioniert. Bei der Gesamtzahl sanktionierter Korruptionfälle handelt es sich um eine vertrauliche Information.

SO5 Lobbying ●

- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung
- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)

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 2013 > Risiko- und Chancenmanagement

Indikator Verweis Status

SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften ●

- Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement > Die Risiken

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung

Managementansatz ●

Kundengesundheit und -sicherheit.

- Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Managementansatz (Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit)
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign

Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen.

- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk & Gesundheit > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Verbraucher- und Jugendschutz
- Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Jugendmedienschutz in Produktentwicklung integriert

Werbung.

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.

Schutz der Kundendaten.

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz
- Datenschutzbericht 2013

Einhaltung von Gesetzesvorschriften.

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz

PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer ●

- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: EMF-Policy
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > E-Health

PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards ●

- Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße gegen Gesundheitsstandards bekannt.

Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
PR3	Produktinformationen	●			
	<ul style="list-style-type: none"> > Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Verbraucher- und Jugendschutz > Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Jugendmedienschutz in Produktentwicklung integriert ↗ SAR-Werte 				
PR4	Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen	●			
	<ul style="list-style-type: none"> ↗ Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement <p>Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße bekannt.</p>				
PR5	Kundenzufriedenheit	●			
	<ul style="list-style-type: none"> ↗ Geschäftsbericht 2013 > Kundenbeziehungsmanagement 				
PR6	Standards in Bezug auf Werbung	●			
	<ul style="list-style-type: none"> > Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) > Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Verbraucher- und Jugendschutz > Kunden > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > E-Health > Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes zum Verbraucherschutz <p>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.</p> <p>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.</p>				
PR7	Verstöße gegen Marketingstandards	●			
	<ul style="list-style-type: none"> > Strategie & Management > Compliance > Ermittlungen wegen Korruptionsverdacht ↗ Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement 				
PR8	Verletzung des Schutzes der Kundendaten	●			
	<ul style="list-style-type: none"> > Strategie & Management > Compliance > Strategie & Management > Datenschutz ↗ Datenschutzbericht 2013 				
PR9	Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben	●			
	<ul style="list-style-type: none"> ↗ Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement 				

GRI SECTOR SUPPLEMENT DER TELEKOMMUNIKATIONSBRANCHE

Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
Betriebliche Abläufe			IO 6 Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten ●		
Investitionen			<ul style="list-style-type: none"> Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: EMF-Policy 		
IO 1	Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen	●	Infrastruktur		
<ul style="list-style-type: none"> Netze > Netz- & Infrastrukturausbau 			IO 7 Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten ●		
IO 2	Kosten für Ausweitung nicht-profitabler Dienstleistungen auf abgelegene Regionen und Gruppen mit geringen Einkünften; Darstellung gesetzlicher Vorschriften	●	<ul style="list-style-type: none"> Netze > Netz- & Infrastrukturausbau EMF-Policy 		
Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.			IO 8 Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten ●		
Gesundheit und Sicherheit			Die Telekom schreibt die Anzahl ihrer allein und gemeinsam genutzten Funkstandorte fort. Zukünftig soll die Anzahl von gemeinsam genutzten Standorten weiter erhöht werden.		
IO 3	Maßnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personal	●	Bereitstellung von Zugang		
<ul style="list-style-type: none"> Strategie & Management > CR-Governance > Integriertes HSE-Managementsystem 			Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide		
Basierend auf den Normen OHSAS 18001 und DIN ISO EN 14001 wird ein konzernweites Health, Safety and Environmental Managementsystem ausgerollt.			PA 1 Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten ●		
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.			<ul style="list-style-type: none"> Netze > Netz- & Infrastrukturausbau Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: Breitbandstrategie Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: Projekt „Mehr Breitband für Deutschland“ 		
Die Kommunikation von Health, Safety und Environment im Unternehmen besteht bis in alle Ebenen.			PA 2 Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren ●		
IO 4	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten	●	<ul style="list-style-type: none"> Strategie & Management > CR-Strategie > Handlungsfelder Netze > Netz- & Infrastrukturausbau Gesellschaft > Bildungsengagement > Medienkompetenz Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Barrierefreie Produkte & Dienste 		
<ul style="list-style-type: none"> Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: ICNIRP Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit 			PA 3 Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen ●		
IO 5	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen	●	<ul style="list-style-type: none"> Netze > Netz- & Infrastrukturausbau Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern Netze > Netz- & Infrastrukturausbau > Überblick: Zugangstechnologien und Stand des Netzausbaus in Deutschland 		
<ul style="list-style-type: none"> Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: ICNIRP Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit 					

Indikator Verweis Status

PA 4 Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
- Geschäftsbericht 2013 > Innovation und Produktentwicklung

PA 5 Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden ●

- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Barrierefreie Produkte & Dienste

PA 6 Programme und Maßnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notfallsituationen ●

- Gesellschaft > engagement@telekom > Hilfe im Katastrophenfall

Zugang zu Inhalten

PA 7 Strategien und Maßnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten ●

- Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Verbraucher- und Jugendschutz

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

Kundenbeziehungen

PA 8 Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von EMF-bezogenen Themen in der Öffentlichkeit ●

- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) > Managementansatz Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit

PA 9 Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder ●

- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Aktueller Stand von Diskussion und Forschung
- Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: Freiwillige Selbstverpflichtung der Mobilfunk-Betreiber
- Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit

PA 10 Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife ●

- Netze > CR-Wissen > CR-Wissen: Informationszentrum Mobilfunk
- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Aktueller Stand von Diskussion und Forschung

PA 11 Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung ●

- Kunden > Kundensicherheit/Kundenzufriedenheit > Kundenbeziehungsmanagement
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste

Indikator Verweis Status

Technische Anwendungen

Ressourceneffizienz

TA 1 Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen ●

- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz

TA 2 Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation ●

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen > Barrierefreie Produkte & Dienste
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > E-Health

TA 3 Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen ●

- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste
- Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > E-Health

TA 4 Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen und „Lessons Learned“ für die zukünftige Entwicklung ●

- Klima & Umwelt > CR-Wissen: SMARTer-2020-Studie

TA 5 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte ●

- Geschäftsbericht 2013 > Innovation und Produktentwicklung
- Geschäftsbericht 2013 > Sonstige Angaben

GLOBAL COMPACT FORTSCHRITTSBERICHT

Indikator Verweis Status

Prinzip 1: Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung
- Strategie & Management > CR-Wissen > CR-Wissen: Sozialcharta
- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Beschäftigte > CR-Wissen > CR-Wissen: Vergütung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen
- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeitergesundheit
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Nachhaltiger Einkauf
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte
- Personalbericht 2013/2014 > Total Workforce Management: Personal effizient steuern, Produktivität steigern
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Gesundheit & Sicherheit“
- Personalbericht 2013/2014 > Leadership Development: Förderung einer neuen Führungs- und Leistungskultur
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Vielfalt als Stärke“
- Datenschutz & Datensicherheit
- Geschäftsbericht 2013 > Mitarbeiter > Personalstrategie
- Geschäftsbericht 2013 > Konzernstrategie
- Geschäftsbericht 2013 > Konzernsteuerung

Prinzip 2: Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung
- Netze > Unsere Netze: Sicher für die Menschen und ihre Daten > Mobilfunk und Gesundheit (EMF)
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Nachhaltiger Einkauf
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Prinzip 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlung

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Personalbericht 2013/2014 > Intensive Sozialpartnerschaft: Konst-

Indikator Verweis Status

rktiver Austausch auf deutscher und internationaler Ebene

Prinzip 4: Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen

Prinzip 5: Abschaffung der Kinderarbeit

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement

Prinzip 6: Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung
- Personalbericht 2013/2014 > Highlight „Vielfalt als Stärke“
- Geschäftsbericht 2013 > Umsetzung der Personalstrategie
- Geschäftsbericht 2013 > Corporate Governance-Bericht

Prinzip 7: Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen

- Strategie & Management > CR-Strategie
- Strategie & Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren
- Strategie & Management > Governance
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung
- Strategie & Management > Risiko- und Chancenmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Schutz der Biodiversität
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Wasserverbrauch
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Weitere Handlungsfelder > Klimaschonende Mobilität

Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste		Prinzip 9: Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien		
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen		➤	Strategie & Management > CR-Strategie	
➤	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign		➤	Strategie & Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren	
➤	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für Endgeräteverpackungen		➤	Strategie & Management > Governance	
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltigkeitskommunikation		➤	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign	
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern		➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste	
➤	Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf		➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltigkeitskommunikation	
➤	Lieferanten > Lieferantenmanagement		➤	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Handy-Rücknahme	
➤	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen		➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern	
➤	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Conflict-Free Sourcing Initiative		➤	Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz	
➤	Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO ₂ -Emissionen		➤	Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen	
➤	Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie		➤	Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Weitere Handlungsfelder > Klimaschonende Mobilität	
➤	Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen		➤	Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz	
➤	Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten		➤	Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Green Car Policy	
➤	Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement		➤	Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf	
Prinzip 8: Ergreifen von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt			➤	Lieferanten > Lieferantenmanagement	
➤	Strategie & Management > Werte & Leitlinien		➤	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Conflict-Free Sourcing Initiative	
➤	Strategie & Management > CR-Strategie		➤	Geschäftsbericht 2013 > Innovation und Produktentwicklung	
➤	Strategie & Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren		Prinzip 10: Eintreten gegen alle Arten der Korruption einschließlich Erpressung und Korruption		
➤	Strategie & Management > Governance		➤	Strategie & Management > CR-Strategie	
➤	Strategie & Management > Politische Interessenvertretung		➤	Strategie & Management > Compliance	
➤	Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie		➤	Strategie & Management > Risiko- und Chancenmanagement	
➤	Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen		➤	Strategie & Management > Datenschutz	
➤	Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz		➤	Strategie & Management > Politische Interessenvertretung	
➤	Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz		➤	Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf	
➤	Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Schutz der Biodiversität		➤	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Lieferantenkontrollen	
➤	Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Green Car Policy		➤	Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft	
➤	Klima & Umwelt > CR-Wissen > CR-Wissen: Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment		➤	Geschäftsbericht 2013 > Corporate Governance-Bericht	
➤	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign		➤	Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement	
➤	Kunden > CR-Wissen > CR-Wissen: Handy-Rücknahme				
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltigkeitskommunikation				
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Nachhaltige ICT-Lösungen				
➤	Kunden > Nachhaltige Produkte & Dienste > Innovationen aus den Wachstumsfeldern				
➤	Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf				
➤	Lieferanten > Lieferantenmanagement				
➤	Lieferanten > CR-Wissen > CR-Wissen: Conflict-Free Sourcing Initiative				
➤	SAR-Werte				
➤	Geschäftsbericht 2013 > Risiko- und Chancenmanagement				