

Corporate Responsibility 2010/2011.

Wir leben Verantwortung.



Erleben, was verbindet.



Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

[Startseite](#) > [Über diesen Bericht](#)

Über diesen Bericht.

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

Auch der diesjährige CR-Bericht trägt wie seine zwei Vorgänger den Titel „Wir leben Verantwortung.“. An diesem Motto halten wir fest, da es Ausdruck für ein dauerhaftes Bekenntnis zu Corporate Responsibility bei der Telekom ist. Bis 2015 wollen wir unser Ziel erreichen, in der globalen Informations- und Kommunikationstechnologiebranche in der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung führend zu werden. Hierbei dient uns der CR-Bericht als zentrales Kommunikationsinstrument: Wir legen unseren internen als auch externen Anspruchsgruppen offen, welche Fortschritte wir zwischen März 2010 und Februar 2011 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 2010/2011 stellen wir unter anderem im [Geschäftsbericht](#), im [Personalbericht](#) und im [Datenschutzbericht](#) Informationen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zur Verfügung. Auf dem [Verantwortungsportal](#) berichten wir laufend über aktuelle Aktivitäten des Konzerns im Zusammenhang mit CR. Die internationalen Landesgesellschaften geben auf ihren Internet-Portalen und in eigenen Publikationen Auskunft über ihr CR-Engagement.

Um die Komplexität unserer Berichterstattung zu reduzieren, sind an vielen Stellen Verlinkungen mit anderen internen und externen Websites gesetzt. So sind die Informationsangebote der Landesgesellschaften beispielsweise über Profiseiten der [Landesgesellschaften](#) im CR-Bericht 2010/2011 zugänglich.

Im Rückblick: CR-Berichterstattung der Deutschen Telekom.

Nachdem in den ersten Berichten ökologische Fragestellungen im Vordergrund standen, integrierten wir in den vergangenen Jahren zunehmend auch soziale und ökonomische Themen. Von 2003 bis einschließlich 2006 veröffentlichte der Konzern jedes Jahr einen kombinierten Personal- und Nachhaltigkeitsbericht. Auf diese Weise konnten wir das gestiegene Informationsbedürfnis unserer Stakeholder an ökonomischen, ökologischen und sozialen Fragestellungen noch besser befriedigen. Mit einem Zwischenbericht im Jahr 2007 schufen wir den Übergang zur heutigen CR-Berichterstattung. Seit 2008 legt der Telekom Konzern jährlich einen ausführlichen CR-Bericht vor.

CR-Bericht 2010/2011: Fokus auf Online-Berichterstattung.

Um den Anforderungen und Nutzungsgewohnheiten unserer Stakeholder besser gerecht zu werden, haben wir uns dazu entschlossen, den vorliegenden Bericht ausschließlich im Internet zu veröffentlichen. Der CR-Online-Bericht 2010/2011 ist seit Ende Juni 2011 in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Verschiedene [Servicefunktionen](#) wie der Downloadbereich, die Suchfunktion und Dialogfunktionen erleichtern die individuelle Nutzung.

Parallel zum vorliegenden Online-Bericht haben wir eine CR-Broschüre herausgegeben. Diese steht als [Download](#) zur Verfügung und kann ab Mitte Juli 2011 als [Druckversion](#) bestellt werden. Sie ermöglicht einen anschaulichen Einstieg in die umfassende Berichterstattung im Internet. Der nächste CR-Bericht wird im zweiten Quartal 2012 erscheinen.

Berichtszeitraum, Geltungsbereich und Zielgruppen.

Als Konzernbericht schließt der CR-Bericht 2010/2011 alle Landesgesellschaften in Europa und in den USA ein, an denen die Telekom mehrheitlich beteiligt ist. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet.

Der vorliegende Bericht knüpft an den CR-Bericht 2010 an. Der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen erstreckt sich vom 1. März 2010 bis zum 28. Februar 2011. Alle quantitativen Daten und Kennzahlen beziehen sich auf das Kalenderjahr 2010. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet.

Mit dem vorliegenden Bericht wenden wir uns im Wesentlichen an Analysten und Investoren, CR-Ranking- und Ratingagenturen sowie Nichtregierungsorganisationen. Gleichmaßen wollen wir auch Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Bildung und Politik ansprechen.

Auswahl der zentralen Themen für den CR-Bericht 2011.

Zur Auswahl der zentralen Berichtsthemen führten wir im vierten Quartal 2010 einen mehrstufigen [Materiality- bzw. Wesentlichkeitsprozess](#) durch. Dieser ist fester Bestandteil unserer jährlichen CR-

Berichterstattung. Er ist ein Instrument, um jene Themen zu identifizieren, die für unsere internen und externen Stakeholder von größter Relevanz sind.

▼ Struktur des vorliegenden Online-Berichts.

Der CR-Online-Bericht 2010/2011 ist als Fortschrittsbericht konzipiert, in dem der Fokus auf den wesentlichen Entwicklungen im Berichtsjahr liegt. Über die vertikale Navigationsleiste gelangt der Leser zu den fünf zentralen Kapiteln des Berichts:

- „[Gesellschaft](#)“
- „[Kunden](#)“
- „[Beschäftigte](#)“
- „[Lieferanten](#)“
- „[Klima und Umwelt](#)“

Ergänzt werden diese fünf Kapitel durch drei weitere:

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

Auf der jeweiligen Einstiegsseite ist eine Materiality-Matrix abgebildet, die alle im Materiality-Prozess bewerteten Themen des Kapitels enthält. Die grafische Darstellung (Schriftgröße und Position in der Matrix) ergibt sich aus der Relevanzbewertung durch unsere Stakeholder.

Im vorliegenden Bericht nutzen wir erstmals eine [Drop-Down-Funktion](#). Diese bietet den Vorteil, dass auf einen Blick alle Facetten eines Themas erfasst werden können und sich der Leser gezielt für die Vertiefung in einzelne Aspekte entscheiden kann.

▼ Betriebswirtschaftliche Prüfung.


Ausgewählte Kennzahlen des CR-Berichts 2010/2011 aus Deutschland sowie von den Landesgesellschaften Magyar Telekom, Slovak Telekom und T-Mobile Netherlands wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen.

Geprüft wurden außerdem folgende Kapitel:

- [Strategie und Management](#)
- [Lieferanten](#)

Eine Bescheinigung über die betriebswirtschaftliche Prüfung befindet sich unter dem Menüpunkt [Prüfbescheinigung](#).



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

▼ Umsetzung internationaler Reporting-Standards.

Der CR-Bericht 2010/2011 der Telekom erfüllt die geltenden Leitlinien (G3) der Global Reporting Initiative (GRI) in vollem Umfang. Dies gilt auch für das auf Unternehmen der Telekommunikationsbranche anzuwendende „GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche“ in seiner Pilotversion aus dem Jahr 2003. Die Übereinstimmung mit beiden Anforderungskatalogen wurde von der GRI geprüft, die hierfür das höchste [Application Level „A+“](#) vergab.

Der vorliegende CR-Bericht 2010/2011 dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) der Telekom im Rahmen des Global Compact der Vereinten Nationen. Einen Überblick über konkrete Maßnahmen zur Verwirklichung der Global- Compact-Prinzipien bietet der [Global Compact Fortschrittsbericht](#).



WE SUPPORT

© Deutsche Telekom, 2011

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

[Startseite](#) > [Über diesen Bericht](#) > [Vorwort unseres Vorstandsvorsitzenden](#)

Vorwort des Vorstandsvorsitzenden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Bilder der Tsunami-Katastrophe in Japan und ihrer Folgen haben die ganze Welt tief bewegt. Diese Ereignisse haben aber auch zu einem Umdenken in der Energiepolitik geführt. In vielen Ländern wird der Ausbau der erneuerbaren Energien diskutiert.

Unabhängig von konkreten Zeitplänen für die Energiewende ist klar, dass dies nur mit einem intelligenten Stromnetz funktioniert. Viele dezentrale Kleinkraftwerke wie Solarstromanlagen oder große Offshore-Windparks müssen ins Netz eingespeist werden. Das stellt ganz neue Anforderungen an den Ausgleich von Angebot und Nachfrage auf dem Strommarkt. Moderne Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) spielt dabei eine wichtige Rolle. Auch die Deutsche Telekom kann ihren Beitrag dazu leisten, dass die Energiewende gelingt.



René Obermann

In den vergangenen Jahren haben wir in vielen Pilotprojekten – etwa in unserer T-City Friedrichshafen – mit dem Ausbau von neuen, intelligenten Stromzählern, sogenannten „Smart Metern“, begonnen. Und in ersten Kooperationen mit Energieversorgern kümmern wir uns um eine intelligente Kraftwerkssteuerung. Bereits im Frühjahr 2010 haben wir in unserer Unternehmensstrategie ICT-Lösungen im Bereich Energie zu einem wichtigen Wachstumsfeld erklärt. Die nächsten Jahre werden wir unser Wissen und unsere Technologien beim Aufbau des Stromnetzes der Zukunft einbringen. Und schon jetzt tragen unsere Produkte in vielen Bereichen, wie Gebäudewirtschaft, Logistik oder Industrieautomation, zu Energieeinsparung und Energieeffizienz bei.

Natürlich ist uns auch bewusst, dass moderne ICT-Dienste in den vergangenen Jahren zu einem deutlichen Mehrverbrauch an Energie geführt haben, etwa beim Betrieb unserer Infrastruktur. Deshalb verstärken wir massiv unsere Anstrengungen, den eigenen CO₂-Ausstoß zu reduzieren. 2010 haben wir – zunächst für Deutschland – unsere neue Klimaschutzstrategie verabschiedet. Das Ziel ist ambitioniert: Bis 2020 wollen wir bis zu 40 % weniger CO₂ gegenüber 1995 ausstoßen.

Energieeffizienz und Klimaschutz sind aber nur ein Teil unserer unternehmerischen Verantwortung. Auf den folgenden Seiten werden Sie viele weitere Details unserer CR-Aktivitäten finden. Nur ein kleines Beispiel: Mit unserer „Ich kann was!“ – Initiative fördern wir seit 2009 insbesondere sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche. Wir bieten ihnen die Chance, sich zusätzliche Kompetenzen anzueignen, und eröffnen neue Perspektiven. Es ist mir stets eine Freude zu sehen, mit welcher Motivation diese Jugendlichen bei den Projekten dabei sind. 2010 wurden wir für unsere Initiative mit dem „Politikaward“ in der Kategorie „Corporate Social Responsibility“ ausgezeichnet.

Noch wichtiger als eine solche Auszeichnung ist uns jedoch der offene Dialog mit unseren Kunden, unseren Aktionären, unseren Lieferanten und selbstverständlich auch unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir nutzen ihr Feedback für die Weiterentwicklung unserer Nachhaltigkeitsstrategie. Und wir engagieren uns in zahlreichen Organisationen, um das Thema Nachhaltigkeit noch stärker ins Bewusstsein zu rücken, etwa beim Global Compact. Seit Gründung im Jahr 2000 bekennen wir uns zu den Prinzipien dieser Initiative der Vereinten Nationen, etwa zu Menschenrechten, Klimaschutz und Korruptionsbekämpfung. Seit Januar 2011 sind wir als einziges deutsches Unternehmen im Lead

Steering Committee des UN Global Compact aktiv.

All das trägt dazu bei, unser Ziel zu erreichen: Bis 2015 wollen wir in unserer Branche Vorreiter bei der Übernahme gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung sein. Ich bin zuversichtlich, dass uns dies gelingen wird, denn für uns ist Corporate Responsibility ein fester und unentbehrlicher Bestandteil unserer Unternehmenswerte und unserer Unternehmensstrategie.

Ich wünsche Ihnen eine spannende und informative Lektüre.

Bonn, im Juni 2011

Ihr

René Obermann
Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG

© Deutsche Telekom, 2011

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > Konzernporträt

Konzernporträt.

Mit rund 129 Millionen Mobilfunk-Kunden, 36 Millionen Festnetz- und mehr als 16 Millionen Breitbandanschlüssen in rund 50 Ländern zählt die Deutsche Telekom zu den weltweit führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen. Privatkunden sowie Groß- und Geschäftskunden bieten wir ein breites Portfolio an Produkten und Diensten in den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-TV sowie weitere innovative Lösungen für vernetztes Leben und Arbeiten. Im Geschäftsjahr 2010 haben wir mit weltweit rund 247 000 Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von 62,4 Milliarden Euro erwirtschaftet.

Konzernstrategie.

Mit der im März 2010 vorgestellten Konzernstrategie „Verbessern – Verändern – Erneuern“ baut die Deutsche Telekom ihr Geschäft weiter um. Neben der Stabilisierung des klassischen Anschlussgeschäfts im Festnetz und im Mobilfunk stehen die Erschließung und der Ausbau neuer Wachstumsbereiche in fünf strategischen Handlungsfeldern im Fokus.

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

Festnetz- und Mobilfunk aus einer Hand – One Company.

Ein wichtiger Baustein der neuen Konzernstrategie ist die Zusammenführung des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts in Ungarn, Montenegro, Kroatien, Deutschland und der Slowakei.

Konzernstruktur und operative Segmente.

Mit dem Aufsichtsratsbeschluss vom 24. Februar 2010 wurden die operativen Segmente Süd- und Osteuropa und Europa zusammengelegt. Dementsprechend umfasst die Organisations- und Managementstruktur der Telekom die operativen Segmente Deutschland, Europa, USA und Systemgeschäft sowie den Bereich Konzernzentrale & Shared Services.

Auf einen Blick: Organisationsstruktur.



- **Deutschland:** Das operative Segment Deutschland umfasst alle Aktivitäten des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts in Deutschland sowie Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente im Konzern. In unserem Deutschlandgeschäft konnten wir den Rückgang des Gesamtumsatzes im Vergleich zum Vorjahr eindämmen. Während der Umsatz im Festnetz-Geschäft vor allem aufgrund der regulatorisch gesteuerten Anschlussverluste rückläufig war, haben wir im Mobilfunk-Geschäft unseren Umsatz um 3 Prozent gegenüber dem Vorjahr gesteigert. Als Wachstumstreiber erwies sich erneut das mobile Internet. Im Jahr 2010 investierten wir mit 4,8 Milliarden Euro in den Breitbandstandort Deutschland rund 50 Prozent mehr als im Jahr zuvor.
- **Europa:** Das neue operative Segment Europa umfasst die Festnetz- und Mobilfunk-Aktivitäten der Landesgesellschaften in Griechenland, Rumänien, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik, Kroatien, den Niederlanden, der Slowakei, Österreich, Bulgarien, Albanien, Montenegro und der EJR Mazedonien sowie des Joint Venture in Großbritannien. Auch der Bereich International Carrier Sales & Solutions, der vor allem Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente im Konzern erbringt, zählt zum operativen Segment Europa. Die schwierige wirtschaftliche Situation vor allem in den südosteuropäischen Ländern belastete den Gesamtumsatz erheblich. Wachstumsmotor im Mobilfunk war das werthaltige Vertragskundengeschäft.
- **USA:** Das operative Segment USA umfasst sämtliche Mobilfunk-Aktivitäten auf dem US-amerikanischen Markt. Im Geschäftsjahr 2010 haben wir in den USA unser Hochleistungsnetz weiter

ausgebaut und die Zahl der Nutzer von Smartphones der dritten und vierten Generation mehr als verdoppelt. Im März 2011 hat die Telekom angekündigt, T-Mobile USA an das amerikanische Telekommunikationsunternehmen AT&T zu veräußern. Im Rahmen dieser Veräußerung wird sich der Konzern mit bis zu 8 Prozent an AT&T beteiligen. Die Transaktion unterliegt noch der Zustimmung des US-Justizministeriums und der US-Regulierungsbehörde.

- **Systemgeschäft:** T-Systems bietet individuelle ICT-Lösungen für Großkunden. Dafür betreibt das Unternehmen weltweit Netze und Rechenzentren. Obwohl die Preisentwicklung im ICT-Geschäft rückläufig ist, steigerte T-Systems den Gesamtumsatz durch neue, strategisch wichtige Vertragsabschlüsse. Hier spiegelt sich auch die große Nachfrage nach den sogenannten Cloud Services wider.

Konzernzentrale & Shared Services.

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

Unternehmenstransaktionen im Berichtszeitraum.

Im Zuge der neuen strategischen Ausrichtung wurden folgende Transaktionen vorgenommen:

- **Joint Venture „Everything Everywhere“ in Großbritannien:** Zusammen mit der France Télécom S.A. wurden am 1. April 2010 T-Mobile UK und Orange UK in ein Joint Venture eingebracht, an dem beide Gesellschafter jeweils einen 50-prozentigen Anteil halten. Vor diesem Hintergrund werden die CR-Aktivitäten von T-Mobile UK im CR-Bericht 2010/2011 der Telekom nicht berücksichtigt.
- **STRATO und ClickandBuy:** Zum 1. Januar 2010 haben wir die STRATOAG und die STRATO Rechenzentrum AG (STRATO) voll konsolidiert. Das macht uns zu einem führenden Anbieter von Webhosting-Produkten, vor allem für Privat- und kleine Geschäftskunden in Deutschland. Außerdem haben wir mit Wirkung zum 1. April 2010 die ausstehenden Anteile an dem Internetzahlungsanbieter Firstgate mit der Marke ClickandBuy erworben, an dem wir seit 2006 beteiligt sind.

Vollständige Übernahme des Mobilfunkanbieters PTC.

Seit Januar 2011 ist die Deutsche Telekom alleinige Eigentümerin der polnischen Mobilfunkgesellschaft PTC. Im Dezember 2010 wurde eine Vereinbarung mit der französischen Vivendi, der polnischen Elektrim und den Gläubigern von Elektrim abgeschlossen. Dabei wurde die Beilegung aller juristischen Auseinandersetzungen der Parteien vereinbart. Somit konnten wir in Polen einen jahrelangen Rechtsstreit gütlich beenden.

Geschäftsentwicklung im Jahr 2010.

Wir erzielten einen Konzernumsatz von 62,4 Milliarden Euro, das sind 2,2 Milliarden Euro weniger als im Vorjahr. Dieser Vergleich wird allerdings durch die Entkonsolidierung der T-Mobile UK zum 1. April 2010 erheblich beeinflusst.

Während die operativen Segmente Systemgeschäft und USA ihren Umsatz steigern konnten, mussten die anderen operativen Segmente Umsatzrückgänge hinnehmen. Die für die Geschäftsjahre 2010 bis 2012 kommunizierte Ausschüttungspolitik konnten wir durch eine Dividendenzahlung von 0,70 Euro je Aktie und den durchgeführten Aktienrückkauf mit einem Volumen von 0,4 Milliarden Euro im Jahr 2010 voll erfüllen. Mit Investitionen von fast 10 Milliarden Euro haben wir den Breitbandausbau vorangetrieben, in Kapazitätserweiterungen der bestehenden Netze sowie in schnellere Mobilfunknetze investiert.

Bereinigtes EBITDA.

Das im Geschäftsjahr 2010 erzielte um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA von 19,5 Milliarden Euro bedeutete einen Rückgang von knapp 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Auch hier wirkte sich die Entkonsolidierung der T-Mobile UK aus. Der erreichte Wert entsprach unserer am Jahresbeginn veröffentlichten Guidance.

Konzernüberschuss.

Der bereinigte Konzernüberschuss der Deutschen Telekom lag 2010 mit 3,4 Milliarden Euro auf Vorjahresniveau. Unbereinigt um Sondereinflüsse steigerten wir den Konzernüberschuss gegenüber dem Vorjahr um 1,3 Milliarden Euro auf 1,7 Milliarden Euro.

Free Cashflow und Netto-Finanzverbindlichkeiten.

Mit 6,5 Milliarden Euro lag der Free Cashflow des Konzerns um 0,4 Milliarden Euro unter dem Vorjahresniveau, aber deutlich über unserem am Jahresanfang veröffentlichten Erwartungswert von 6,2 Milliarden Euro.

Die Netto-Finanzverbindlichkeiten stiegen im Vergleich zum Vorjahr leicht um 1,4 Milliarden Euro auf 42,3 Milliarden Euro.

Ausführliche Informationen zur Geschäftsentwicklung und zu den Finanzdaten der Telekom sind im

Geschäftsbericht 2010 veröffentlicht.

© Deutsche Telekom, 2011








Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > Rankings, Ratings und Auszeichnungen

Rankings, Ratings und Auszeichnungen.

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

SRI Rankings und Ratings.

<p><u>Dow Jones Sustainability Indexes</u></p>	
<p><u>„Prime“ Rating von oekom research</u></p>	
<p><u>„ASPI“ und „ESI“ von Vigeo:</u> Vigeo ist eine der führenden Ratingagenturen hinsichtlich CR-Analysen in Europa. Zu den SRI-Produkten von Vigeo gehören der ESI (Ethibel Sustainability Index) und der ASPI-Eurozone-Index (Advanced Sustainable Performance Indices). Letzterer bezieht sich auf 120 führende „sustainability performers“ in Europa.</p>	 
<p><u>FTSE4Good Index</u></p>	
<p><u>Carbon Performance Leadership Index</u></p>	
<p><u>„FTSE KLD Global Climate 100 Index“</u> Der Global Climate 100 Index umfasst weltweit 100 Gesellschaften, die führend im Bereich der Bekämpfung der kurz- und langfristigen Folgen des Klimawandels und seiner Ursachen sind.</p>	

Newsweek-Green-Rankings



▼ Auszeichnungen.

Strategischer Ansatz.

UN Global Compact: Im Rahmen einer Jubiläumsveranstaltung des UN Global Compact wurde die Telekom für ihr langjähriges Nachhaltigkeitsengagement und ihren Einsatz als Mitglied des UN Global Compact geehrt.



Gesellschaft.

Politikaward 2010: Auszeichnung der „Ich kann was!“-Initiative.



UN Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“: „Ich kann was!“ ist offizielles Projekt der UN Dekade.



Kunden.

„connect“ Leserwahl: 21 000 Leser des Fachmagazins für Telekommunikation „connect“ gaben im Jahr 2010 ihre Bewertung in 26 Kategorien ab. Die Telekom errang insgesamt zehn Platzierungen und wurde zum elften Mal in Folge zum „Mobilfunknetzbetreiber des Jahres“ gekürt.



European Most Trusted Brands: t-online.de wurde im Jahr 2010 zum vertrauenswürdigsten Internetportal gewählt. Reader's Digest befragte Konsumenten aus 16 europäischen Ländern und ermittelte die vertrauenswürdigsten Marken.



Service Desk Award 2010: Die Kundenservice-Angebote „Telekom hilft.“ über die sozialen Netzwerke Twitter und Facebook wurden mit dem „Service Desk Award 2010“ ausgezeichnet, einem der begehrtesten Auszeichnungen für IT-Support in Deutschland, Österreich und der Schweiz.



Carrier & Provider 2010: Bei der Abstimmung „Carrier & Provider 2010“ des renommierten IT- und Telekommunikationsfachmagazins „funkschau“ belegte die Telekom in der Sparte „Mehrwertdienste“ den ersten Platz.



Beschäftigte.

Employer Branding Award



Klima und Umwelt.

Innovationswettbewerb „365 Orte im Land der Ideen“



Büro & Umwelt 2010:

- „Deutschlands umweltfreundlichstes Büro“
- Sonderpreis „Papierloses Büro“



GreenIT Best Practice Award: Das „DataCenter 2020“ gelangte beim „GreenIT Best Practice Award 2010“ des Netzwerks GreenIT BB als eines von fünf Projekten unter die Finalisten und konnte sich so von mehr als 200 Teilnehmern deutlich abheben.



Kommunikation und Marketing.

ARC Awards : Beim weltweit größten Wettbewerb für Geschäftsberichte, den „ARC Awards“, wurden der Geschäftsbericht 2009 und der CR-Bericht 2010 der Telekom in sieben Kategorien ausgezeichnet, unter anderem für Design und Fotografien. Der CR-Bericht erhielt als Gesamtwerk Gold.



iF communication design award: T-Systems erhielt im Jahr 2010 den Designpreis in der Kategorie „print media – Unternehmenskommunikation“ für das Kundenmagazin „Best Practice“.



Deutscher Marketing-Preis: Die Telekom erhielt 2010 den Preis des Deutschen Marketing-Verbands, mit dem jedes Jahr ein Unternehmen für herausragende Marketingleistungen ausgezeichnet wird.

Econ-Awards 2010: Die Telekom erhielt Silber für die Printausgabe des CR-Berichts 2010. Der Econ-Award für Unternehmenskommunikation wird vom Econ Verlag, dem Handelsblatt und weiteren Organisationen und öffentlichen Institutionen aus dem deutschsprachigen Raum vergeben.



intermedia-globe Award: Für den Imagefilm Wir leben Verantwortung des Bereichs Corporate Responsibility erhielt die Telekom den intermedia-globe Gold Award, der jährlich auf dem internationalen WorldMediaFestival in Hamburg vergeben wird.



Forschung und Entwicklung.

Open Innovation Award 2010: Für das Konzept der offenen Innovation mit externen Partnern und Kunden wurden die T-Labs am 2. Dezember 2010 mit dem erstmalig verliehenen „Open Innovation Award 2010“ der Zeppelin Universität Friedrichshafen ausgezeichnet.

Zertifikate.

Kunden.

TÜV-Zertifikat Preis/Leistung: Der Mobilfunk- und DSL-Discounter congstar, ein Unternehmen der Telekom, ist seit 2010 „Preis/Leistung getestet“. Die Gesamtnote 1,9 beruht auf einer Befragung des TÜV Saarland unter congstar-Bestandskunden.



Zertifikat „TÜViT Trusted Process“: Die Qualitätssicherung des Abrechnungsprozesses für Mobilfunk der Telekom wurde im Dezember 2010 durch den TÜV Informationstechnik zertifiziert. Das Zertifikat ist bis zum 31. Dezember 2012 gültig.



Klima und Umwelt.

First Climate „Klimaneutral-Zertifikat“: Als erste Download-Plattform erhielt Softwareload von First Climate, einem der führenden Unternehmen im europäischen Emissionshandel, das „Klimaneutral-Zertifikat“.



TÜV-Zertifikat Bluefleet: CO₂-kontrollierte Telekom-Flotte in Deutschland.



ISO 14001 Dachzertifikat

OHSAS 18001

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

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

GRI-Index.

Die CR-Berichterstattung der Telekom orientiert sich an den Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI). Der CR-Bericht 2010/2011 der Telekom erfüllt die geltenden Leitlinien (G3) der GRI in vollem Umfang. Dies gilt auch für die auf Unternehmen der Telekommunikationsbranche anzuwendenden GRI Sector Supplements in ihrer Pilotversion aus dem Jahr 2003. Die Übereinstimmung mit beiden Anforderungskatalogen wurde von der GRI geprüft, die hierfür das höchste Application Level „A+“ vergab.

Der nachfolgende GRI-Index gibt an, in welchem Umfang wir auf die jeweiligen Indikatoren der GRI eingehen und an welcher Stelle im diesjährigen CR-Bericht die entsprechenden Angaben zu finden sind. Außerdem weist der Index auf Textstellen in weiteren Konzernpublikationen der Telekom hin, die GRI-relevante Informationen enthalten. Der GRI-Index gibt zusätzliche Auskunft darüber, warum die Telekom über einzelne GRI-Indikatoren nicht berichtet.

Zusätzliche Indikatoren, die für das Erlangen des Levels „A+“ nicht notwendig sind, aber dennoch im CR-Bericht 2010/2011 berücksichtigt wurden, werden *kursive Schrift* angezeigt.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > GRI-Index > Profil

Profil.

Indikator	Verweis	Status
-----------	---------	--------

1.Strategie und Analyse

1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers ●

- [Vorwort unseres Vorstandsvorsitzenden](#)

1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen ●

- [Konzernporträt](#)
- [Konzernweite Steuerung](#)
- [Risiko- und Chancenmanagement](#)
- [Corporate Governance-Bericht](#) (S. 3/6)
- [Risiko- und Chancenmanagement](#)

2.Organisationsprofil

2.1 Name der Organisation ●

- [Konzernporträt](#)

Deutsche Telekom AG

2.2 Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen ●

- [Konzernporträt](#)

2.3 Organisationsstruktur ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 1/6 ff.)

2.4 Hauptsitz der Organisation ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 2/6)

2.5 Länder der Geschäftstätigkeit ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 2/6)

2.6 Eigentümerstruktur ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 2/6 ff.)

2.7 Märkte ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 2/6)
- [Geschäftsbericht 2010 > Wirtschaftliches Umfeld](#) (S. 1/4 ff.)

2.8 Größe der Organisation ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Das Geschäftsjahr 2010 im Überblick](#) (S. 1/3)
- [Geschäftsbericht 2010 > Geschäftsentwicklung des Konzerns](#) (S. 1/11)
- [Geschäftsbericht 2010 > Mitarbeiter](#) (S. 1/6 ff.)

2.9 Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse ●

- [Konzernporträt](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 2/6 ff.)

- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 15 ff.)

2.10 Preise ●

- [Rankings, Ratings und Auszeichnungen](#)
- [Landesgesellschaften](#)

3. Berichtsparemeter

3.1 Berichtszeitraum ●

- [Über diesen Bericht](#)

3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts ●

- [Über diesen Bericht](#)

3.3 Berichtszyklus ●

- [Über diesen Bericht](#)

3.4 Ansprechpartner ●

- [Impressum/ Kontaktformular](#)

Luis Neves
Leiter Corporate Responsibility
Telefon: +80 (0) 0738-122-0
E-Mail: corporate.responsibility@telekom.de

3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts ●

- [Über diesen Bericht](#)
- [Stakeholder-Engagement](#)

3.6 Berichtsgrenze ●

- [Über diesen Bericht](#)

3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs ●

- [Über diesen Bericht](#)

3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstruktur](#) (S. 2/6 ff.)
- [www.telekom.com > Standorte und Beteiligungen im Überblick](#)

3.9 Datenerfassung ●

- [Über diesen Bericht](#)
- [Key Performance Indikatoren](#)
- [Prüfbescheinigung](#)
- [Kennzahlen](#)
- [Organisation und Management](#)

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 erstmalig eine CR-Datenbank. Dieses webbasierte Tool zur Datenerfassung befindet sich derzeit noch in der Entwicklungsphase.

3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten ●

Sofern Informationen aus vergangenen Berichten im vorliegenden CR-Bericht 2010/2011 in anderer Form dargestellt werden, wird dies an den entsprechenden Stellen vermerkt.

3.11 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden ●

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

3.12 GRI Content Index ●

Vorliegend

3.13 Bestätigung durch externe Dritte ●

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

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

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

4.1 Führungsstruktur der Organisation ●

- [Organisation und Management](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Der Vorstand](#) (S. 1/1)
- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht](#) (S. 1/6 ff.)

4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Der Vorstand](#) (S. 1/1)

4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Der Vorstand](#) (S. 1/1)

4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand ●

- [Stakeholder-Management](#)
- [Socially Responsible Investment](#)
- [Internationalisierung](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Bericht des Aufsichtsrats](#) (S. 1/7 ff.)
- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht](#) (S. 1/6 ff.)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 18)

4.5 Kopplung der Vorstandsvergütung an die Unternehmensleistung ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht](#) (S. 4/6 ff.)

4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten im Vorstand ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht](#) (S. 3/6)

4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen ●

- [Organisation und Management](#)

4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien ●

- [Werte und Leitlinien](#)
- [Ziele und Erreichtes](#)
- [Stakeholder-Management](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Verbraucherschutz](#)
- [Klimaschutz](#)
- [Umweltmanagement](#)
- [Klimaschonende Mobilität](#)
- [Lieferanten](#)
- [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- [Jugendmedienschutz](#)

4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung ●

- [Strategie und Management](#)

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

4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht](#) (S. 4/6 f.)

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

4.11 Vorsorgeprinzip ●

- [Compliance](#)
- [Risiko- und Chancenmanagement](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht_ \(S. 1/6\)](#)

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

▾ 4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen ●

- [Stakeholder-Management](#)
- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)
- [Jugendmedienschutz](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Verbraucherschutz](#)
- [Internationale Zusammenarbeit](#)
- [Klimaschutzinitiativen](#)
- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- [Umweltmanagement](#)

▾ 4.13 Mitgliedschaften ●

- [Stakeholder-Dialoge](#)
- [Stakeholder-Engagement](#)
- [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [Internationale Zusammenarbeit](#)
- [Jugendmedienschutz](#)

▾ 4.14 Stakeholdergruppen ●

- [Über diesen Bericht](#)
- [Stakeholder-Management](#)

▾ 4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen ●

- [Über diesen Bericht](#)
- [Stakeholder-Management](#)

▾ 4.16 Einbeziehung von Stakeholdern ●

- [Über diesen Bericht](#)
- [Stakeholder-Management](#)
- [Socially Responsible Investment](#)
- [Politik und Regulierung](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [engagement@telekom](#)
- [Bildungsengagement](#)
- [Lieferanten](#)
- [Mitarbeiterbeteiligung](#)

▾ 4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern ●

- [Über diesen Bericht](#)
- [Stakeholder-Management](#)
- [Socially Responsible Investment](#)
- [Politik und Regulierung](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Kundenzufriedenheit](#)
- [Lieferantenmanagement](#)
- [Mitarbeiterbeteiligung](#)

Status

- komplett abgedeckt
- ◆ nicht wesentlich
- ⓘ zum Teil abgedeckt

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > GRI-Index > Ökonomische Leistungsindikatoren

Ökonomische Leistungsindikatoren.

Indikator	Verweis	Status
<input type="checkbox"/> Managementansatz		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Konzernporträt▪ Geschäftsbericht 2010 > Konzernstrategie und Konzernsteuerung (S. 1/4 ff.)		
<input type="checkbox"/> EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Nettowertschöpfung▪ Geschäftsbericht 2010 > Finanzdaten des Konzerns (S. 1/1)		
Die Nettowertschöpfung der Telekom zeigt auf, in welcher Form die Unternehmensleistung an die einzelnen Anspruchsgruppen beispielsweise in Form von Löhnen oder Steuern verteilt wird.		
<input type="checkbox"/> EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels		●
<ul style="list-style-type: none">▪ CR-Strategie▪ Klima und Umwelt▪ Geschäftsbericht 2010 > Corporate Responsibility		
<input type="checkbox"/> EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Betriebliche Altersvorsorge		
<input type="checkbox"/> EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand		●
2010 hat der Konzern in Deutschland Förderleistungen für Altersteilzeit der Bundesagentur für Arbeit für die Telekom sowie die T-Servicegesellschaften in Höhe von circa 6,82 Millionen Euro erhalten.		
<input type="checkbox"/> EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Vergütung▪ Geschäftsbericht 2010 > Mitarbeiter (S. 1/6 ff.)		
<i>Insbesondere an unseren deutschen Standorten sind die Eintrittsgehälter unserer Mitarbeiter, trotz teilweise notwendiger Anpassungen an das Marktniveau wie zum Beispiel im Zuge der Tarifverhandlungen um Telekom Service, im Branchenvergleich nach wie vor attraktiv.</i>		
<input type="checkbox"/> EC6 Standortbezogene Auswahl von Zulieferern		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf▪ Lieferantenauswahl		
Mit einem Volumen von 398 Millionen Euro kommen rund 1,9 Prozent der von uns direkt beschafften Waren und Dienstleistungen aus Entwicklungs- und Schwellenländern. Noch erheblich höher ist dieser Anteil, wenn indirekte Beschaffungswege mit einbezogen werden. So lassen auch unsere europäischen und nordamerikanischen Lieferanten sowie deren Zulieferer ihrerseits vielfach in Entwicklungs- und Schwellenländern produzieren. Damit leisten wir in vielen Teilen der Welt mindestens indirekt einen wesentlichen Beitrag zur Unterstützung der dortigen Wirtschaft.		
<input type="checkbox"/> EC7 Standortbezogene Personalauswahl		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Regionale Wertschöpfung▪ Wettbewerbsfähige Belegschaft▪ Talent Agenda▪ Personalbericht 2010/2011 (S. 14 f.)		
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.		
<input type="checkbox"/> EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl		●
<ul style="list-style-type: none">▪ Netz- und Infrastrukturausbau		

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

☑ *EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen* ●

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

Status

- komplett abgedeckt
- ◆ nicht wesentlich
- ◐ zum Teil abgedeckt

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > GRI-Index > Ökologische Leistungsindikatoren

Ökologische Leistungsindikatoren.

Indikator	Verweis	Status
<input type="checkbox"/> Managementansatz		●
<ul style="list-style-type: none">■ CR-Strategie■ Key Performance Indikatoren■ Organisation und Management■ Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste■ Forschung und Innovation■ Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf■ Rohstoffeinsatz■ Lieferantenauswahl■ Lieferantenmanagement■ Klimaschutz■ Umweltfreundliche Netzinfrastruktur■ Umweltmanagement■ Klimaschonende Mobilität■ Geschäftsbericht 2010 > Innovation und Produktentwicklung		
<input type="checkbox"/> EN1 Eingesetzte Materialien ◆		
<p>Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich, da das Unternehmen nicht selber produziert.</p>		
<input type="checkbox"/> EN2 Recyclingmaterial ◆		
<ul style="list-style-type: none">■ Netzmodernisierung■ Ressourceneffizienz <p>Dieser Indikator ist für die Telekom als Dienstleistungsunternehmen wenig relevant.</p>		
<input type="checkbox"/> EN3 Direkter Primärenergieverbrauch ⓘ		
<ul style="list-style-type: none">■ Energie & Emissionen <p>Daten zum direkten Energieverbrauch wurden bisher in MWh erhoben. Angaben in Joule sind voraussichtlich ab 2012 verfügbar.</p>		
<input type="checkbox"/> EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch ⓘ		
<ul style="list-style-type: none">■ Energie & Emissionen <p>Daten zum indirekten Energieverbrauch wurden bisher in MWh erhoben. Angaben in Joule sind voraussichtlich ab 2012 verfügbar.</p> <p>Eine Aufschlüsselung nach erneuerbaren und nicht-erneuerbaren Energien ist für die Telekom nicht relevant, da durch den Erwerb von RECS-Zertifikaten (Renewable Energy Certificate System) der gesamte Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen bezogen wird. In fast allen übrigen Ländern entspricht der Anteil an erneuerbaren und nicht-erneuerbaren Energien dem jeweiligen Strommix des Landes.</p>		
<input type="checkbox"/> EN5 Energieeinsparung ●		
<ul style="list-style-type: none">■ Energiemanagement■ Klimaschonende Mobilität■ Energie & Emissionen■ Umweltfreundliche Netzinfrastruktur		
<input type="checkbox"/> EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien ●		
<ul style="list-style-type: none">■ Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste■ Lieferantenmanagement■ Energiemanagement■ Umweltfreundliche Netzinfrastruktur■ Ressourceneffizienz		
<input type="checkbox"/> EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs ●		

- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- [Klimaschonende Mobilität](#)
- [Energie & Emissionen](#)

EN8 Gesamtwasserentnahme ●

- [Wasserverbrauch](#)

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

EN9 Auswirkung des Wasserverbrauchs ◆

Wesentliche ökologische Auswirkungen unseres Wasserverbrauchs sind uns nicht bekannt.

EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser ◆

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

EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten ●

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

EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität ●

- [Biodiversität](#)

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

EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume ●

- [Biodiversität](#)

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

EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität ●

- [Biodiversität](#)
- [Umweltmanagement](#)

EN15 Gefährdete Arten ◆

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

EN16 Treibhausgasemissionen ●

- [Energiemanagement](#)
- [Energie & Emissionen](#)

EN17 Andere Treibhausgasemissionen ●

- [Energiemanagement](#)
- [Energie & Emissionen](#)

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

EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen ●

- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- [Lieferantenmanagement](#)
- [Klimaschutz](#)
- [Energiemanagement](#)
- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- [Umweltmanagement](#)
- [Klimaschonende Mobilität](#)
- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- [Mobilfunk der zweiten und dritten Generation](#)

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 NOx, SOx 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 (zum Beispiel zu NOx, SOx und anderen Luftemissionen) sind uns nicht möglich.

EN21 Abwassereinleitung ●

Wasserverbrauch

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

EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode ●

- Umweltmanagement
- Netzmodernisierung

EN23 Wesentliche Freisetzungen ◆

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

EN24 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention ◆

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

EN25 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität ◆

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

EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen ●

- Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign
- Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste
- Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Handy- und Telefonrücknahme
- Energie & Emissionen

EN27 Verpackungsmaterial ●

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

EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen ●

Geschäftsbericht 2010

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

EN29 Auswirkungen des Transports ●

- Klimaschonende Mobilität
- Fuhrpark
- Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste
- Energie & Emissionen

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

EN30 Ausgaben für den Umweltschutz ●

Energiemanagemen

Im Berichtszeitraum wurden Treibhausgasemissionen in Höhe von insgesamt 3 718 Tonnen CO₂-Äquivalenten kompensiert. Weitere Umweltschutzausgaben und -investitionen werden derzeit nicht zentral erhoben.

Status

- komplett abgedeckt

- ◆ nicht wesentlich
- ◐ zum Teil abgedeckt

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren.

Indikator	Verweis	Status
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung		
<input type="checkbox"/> Managementansatz		●
<input type="checkbox"/> LA1 Eingesetzte Materialien		●
<input type="checkbox"/> LA2 Mitarbeiterfluktuation		●
<input type="checkbox"/> LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte		●
<input type="checkbox"/> LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen		●
<input type="checkbox"/> LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen		●
<input type="checkbox"/> LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter		●
<input type="checkbox"/> LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle		●
<input type="checkbox"/> LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten		●

Managementansatz

- [Beschäftigte](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 6 ff.)

LA1 Eingesetzte Materialien ●

- [Mitarbeiterzahlen](#)
- [Mitarbeiter in Teilzeit](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 15 f.)

LA2 Mitarbeiterfluktuation ●

- [Mitarbeiterzahlen](#)
- [Mitarbeiter in Teilzeit](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 15 f.)

LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte ●

- [Betriebliche Altersvorsorge](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Mitarbeiter](#) (S. 2/6 ff.)
- [www.telekom.com > Vorsorge und mehr](#)

LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen ●

- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 16, S. 18)

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

LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen ●

- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 18)

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 Berichtszeitraum den Bereich Global Employee Relations Management (ERM) eingerichtet. Er gibt Orientierung und fördert den Erfahrungsaustausch zur Gestaltung der vielfältigen Mitarbeiterbeziehungen in den verschiedenen Ländern. Er ist zudem zentraler Ansprechpartner für alle internationalen Arbeitnehmer- und Arbeitgebergremien sowie Gewerkschaften.

LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter ●

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

LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle ●

- [Gesundheitsquote](#)
- [Arbeitsunfälle](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 17)

LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten ●

- [Gesundheitsmanagement](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 17)

Mit einheitlichen Unternehmensstandards und Leitlinien haben wir das wichtige Thema Gesundheitsmanagement bereits 2007 im

Unternehmen und in den Führungsstrukturen fest verankert. Im Rahmen unseres Gesundheitsmanagements können Mitarbeiter auf Beratungs- und Schulungsangebote sowie auf medizinische Vorsorgeuntersuchungen zurückgreifen.

LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften ●

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

LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ⓘ

2010 wurden unsere Mitarbeiter durchschnittlich 37,2 Stunden aus- bzw. weitergebildet.

Eine Unterscheidung nach Mitarbeiterkategorien ist für die Telekom nicht relevant, da die Aus- und Weiterbildungsangebote allen Mitarbeitern gleichermaßen offenstehen.

LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen ●

- [Talent Agenda](#)
- [Personal- und Organisationsumbau](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 16, S. 35 f.)

LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern ⓘ

- [Personalentwicklung](#)
- [Kulturwandel](#)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 13 ff.)

Seit 2008 erhalten alle Beschäftigungsgruppen, die dem Zielvereinbarungsprozess unterliegen, ein variables Entgelt auch auf Grundlage der Serviceleistung. Für leitende Angestellte macht die Zielerreichung der vier Unternehmensziele ein Drittel bis die Hälfte der Boni aus. Außerdem verfügt die Telekom über unterschiedliche Feedbackinstrumente, damit Mitarbeiter Rückmeldungen zu ihrem Arbeitsverhalten erhalten. Als ein optionales Instrument zur individuellen Standortbestimmung steht beispielsweise ein 360°-Feedback zur Verfügung.

Der Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten, wird derzeit nicht erhoben. Die Erhebung erfolgt voraussichtlich ab 2012.

LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien ●

- [Diversity](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Der Aufsichtsrat einschließlich weiterer Mandate](#) (S. 1/2 f.)
- [Personalbericht 2009/2010](#), S. 29 f.

LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht ●

- [Vergütung](#)

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

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Managementansatz ●

- [Werte und Leitlinien](#)
- [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [Lieferantenmanagement](#)

HR1 Investitionsvereinbarungen ●

- [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [E-TASC](#)
- [Social Audits](#)

HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen ●

- [Auditergebnisse 2010](#)

HR3 Schulungen zu Menschenrechten ⓘ

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

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

Auch im Bereich Compliance Management stehen allen unseren Mitarbeitern eLearnings (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 die gesamte Telekom Gruppe bindend und jährlich von den Konzernunternehmen, so auch T-Mobile USA, schriftlich zu bestätigen.

T-Mobile USA respektiert das US-amerikanische Recht vollumfänglich. Dies gilt selbstverständlich auch für das amerikanische Arbeitsrecht in Bezug auf die Beziehungen zu den eigenen Arbeitnehmern. T-Mobile USA hält heute und auch in Zukunft am Wortlaut und Geist des amerikanischen Arbeitsgesetzes („U.S. National Labour Relations Act“) fest, das den Arbeitnehmern Koalitionsfreiheit und das Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren, gewährleistet. Die Arbeitnehmer von T-Mobile USA genießen die Freiheit, eine Gewerkschaft zu bilden oder ihr beizutreten, sowie das Recht, einer Gewerkschaft nicht beizutreten. T-Mobile wird Arbeitnehmer nicht daran hindern, sich gewerkschaftlich zu organisieren und auch niemanden benachteiligen, der dies versucht. Sollte eine Gruppe von Arbeitnehmern in dem dafür nach amerikanischem Recht vorgesehenen Verfahren einer Gewerkschaft beitreten, wird T-Mobile USA das Recht dieser Gruppe zur kollektiven Ausübung von Tarifrechten anerkennen. Letztlich ist es jedoch jedem Arbeitnehmer selbst überlassen, ob er sich in einer Gewerkschaft organisieren möchte oder nicht. Bislang haben sich noch keine Arbeitnehmer von T-Mobile dafür entschieden, sich von einer Gewerkschaft vertreten zu lassen.

HR6 Kinderarbeit ●

- [Auditergebnisse 2010](#)
- [Arbeit und Ethik](#)

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

HR7 Zwangsarbeit ●

- [Auditergebnisse 2010](#)
- [Arbeit und Ethik](#)

Risiken bezüglich Zwangsarbeit begegnen wir durch Auditierung von ausgewählten strategischen und besonders risikobehaftete 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 ●

- [CR-Strategie](#)
- [Stakeholder-Management](#)
- [Compliance](#)
- [Datenschutz](#)
- [Politik und Regulierung](#)

SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen ●

- [Stakeholder-Management](#)
- [Risiko- und Chancenmanagement](#)

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Vernetztes Leben](#)
- [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- [Forschung und Innovation](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Risiko und Chancenmanagement](#) (S. 2/11 ff.)

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 Mobilfunkgesellschaft über eine internationale Richtlinie zu elektromagnetischen Feldern (EMF) verfügt, in der konkrete Mindeststandards für Informationsmaßnahmen, Transparenz, Partizipation und Forschungsförderung gesetzt sind.

SO2 Korruptionsrisiken ●

Die systematische Vorbeugung von Wirtschaftskriminalität hat bei der Telekom oberste Priorität. Unsere Verpflichtung zu regelkonformem Verhalten gilt daher für den gesamten Konzern, in allen Ländern, für jeden Mitarbeiter. Auftretende Betrugsrisiken werden systematisch analysiert, aufgetretene Fälle werden dokumentiert.

Im Berichtszeitraum wurden 49 Geschäftseinheiten auf Korruptionsrisiken hin untersucht, das entspricht einer Abdeckung von 38 Prozent.

SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik ●

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

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

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

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

SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen ●

- [Compliance](#)

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

Über das Eingangsportal „Tell me!“ können mögliche Verstöße gegen interne Richtlinien, Gesetze oder Verhaltensgrundsätze gemeldet werden. Alle Anspruchsgruppen – Mitarbeiter, Geschäftspartner, Kunden, Aktionäre wie auch andere Stakeholder – können sich über dieses Portal an uns wenden, auf Wunsch auch anonym.

SO5 Lobbying ●

- [Politik und Regulierung](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)

SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker ●

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

SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Risiko und Chancenmanagement](#) (S. 7/11 ff.)

SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Risiko und Chancenmanagement](#) (S. 7/11 ff.)

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung

Managementansatz ●

- [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- [Werte und Leitlinien](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Verbraucherschutz](#)
- [Datenschutz](#)

PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer ●

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)

PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards ●

- [Geschäftsbericht 2010](#)

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße gegen Gesundheitsstandards bekannt.

PR3 Produktinformationen ●

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Jugendmedienschutz](#)
- [www.t-mobile.de > SAR-Werte](#)

PR4 Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen ●

- [Geschäftsbericht 2010](#)

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen bekannt.

PR5 Kundenzufriedenheit ●

- [Kundenzufriedenheit](#)

PR6 Standards in Bezug auf Werbung ●

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

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

PR7 Verstöße gegen Marketingstandards ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Risiko und Chancenmanagement](#) (S. 7/11 ff.)

PR8 Verletzung des Schutzes der Kundendaten ●

- [Compliance](#)
- [Datenschutz](#)
- [Datenschutzbericht 2010](#) (S. 6 ff.)

PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben ●

- [Geschäftsbericht 2010 > Risiko und Chancenmanagement](#) (S. 7/11 ff.)

Status

- komplett abgedeckt
- ◆ nicht wesentlich
- ◐ zum Teil abgedeckt

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > GRI-Index > GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche

GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche.

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

Indikator	Verweis	Status
-----------	---------	--------

Betriebliche Abläufe

Investitionen

IO1 Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen ●

- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)

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

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

Gesundheit und Sicherheit

IO3 Maßnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personals beim Bau der Infrastruktur ●

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

Die direkten Kunden sind die lokalen Geschäftseinheiten, die das ganzheitliche Managementsystem in ihre Strukturen integrieren. Die Mitarbeiter profitieren von dem System, indem durch ein systematisches Gesundheits- und Arbeitsschutzmanagement, sowie Qualitäts- und Umweltmanagement die Arbeitsabläufe erleichtert und gesundheitliche Risiken sowie umweltschädliche Faktoren minimiert werden. Die Kommunikation von Health, Safety and Environment im Unternehmen besteht bis in alle Ebenen.

IO4 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten ●

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [www.t-mobile.de > Sicherheit](#)

IO5 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen ●

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [www.t-mobile.de > Sicherheit](#)

IO6 Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten ●

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [www.t-mobile.de > Umweltschutz](#)
- [www.t-mobile.de > SAR-Werte](#)

Infrastruktur

IO7 Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten ●

- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [Netzmodernisierung](#)
- [www.t-mobile.de > Umweltschutz](#)

IO8 Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten ●

Aufgrund der Vielzahl der Mobilfunkmasten und Übertragungsstandorte weltweit erhebt die Telekom zurzeit nicht die genaue Zahl von allein und gemeinsam genutzten Masten und Antennen. Zukünftig soll die Anzahl von gemeinsam genutzten Standorten weiter erhöht werden.

Bereitstellung von Zugang

Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide

☑ PA1 Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten ●

- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)

☑ PA2 Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren ●

- [CR-Strategie](#)
- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)
- [Teilhabe an der Informationsgesellschaft](#)
- [Vernetztes Leben](#)
- [Barrierefreie Produkte und Dienste](#)

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

- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)
- [Forschung und Innovation](#)
- [Netzmodernisierung](#)

☑ PA4 Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen ●

- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Innovation und Produktentwicklung](#) (Seite 1/4 ff.)

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

- [Barrierefreie Produkte und Dienste](#)

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

- [Netz- und Infrastrukturausbau](#)

Zugang zu Inhalten

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

- [Kinder- und Jugendschutz](#)
- [Jugendmedienschutz](#)

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

Kundenbeziehungen

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

- [Stakeholder-Engagement](#)
- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [www.t-mobile.de > Umweltschutz](#)

☑ PA9 Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder ⓘ

- [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- [www.t-mobile.de > Umweltschutz](#)

☑ PA10 Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife ●

- [Verbraucherschutz](#)

☑ PA11 Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung ●

- [Kundenkommunikation](#)
- [Handy- und Telefonrücknahme](#)
- [Kundenhilfe](#)

Technische Anwendungen

Ressourceneffizienz

☑ TA1 Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen ●

- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- [Forschung und Innovation](#)
- [Vernetztes Leben](#)
- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- [Ressourceneffizienz](#)

TA2 Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation ●

- [Vernetztes Leben](#)
- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- [Barrierefreie Produkte und Dienste](#)
- [Forschung und Innovation](#)
- [Ressourceneffizienz](#)

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

- [Vernetztes Leben](#)
- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)

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

- [Vernetztes Leben](#)
- [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)

TA5 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte ●

- [Sozial](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Innovation und Produktentwicklung](#) (Seite 2/4)
- [Geschäftsbericht 2010 > Grundlagen und Methoden](#) (Seite 5/21 ff.)

Status

- komplett abgedeckt
- ◆ nicht wesentlich
- ◐ zum Teil abgedeckt

Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI.

Erklärung als [PDF-Download](#)



Erklärung: Prüfung der Anwendungsebene durch die GRI

GRI bestätigt hiermit, dass **Deutsche Telekom AG** ihren Bericht „Corporate Responsibility Bericht 2010/2011“ den GRI Report Services vorgelegt hat, die zum Schluss gekommen sind, dass der Bericht die Anforderungen der Anwendungsebene A+ erfüllt.

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

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

Amsterdam, 27 Juni 2011

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Nelmara Arbex".

Nelmara Arbex
Deputy Chief Executive
Global Reporting Initiative



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

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

Disclaimer: Wo die entsprechende Nachhaltigkeitsberichterstattung externe Links enthält, einschliesslich audio-visuellen Materials, betrifft dieses Statement nur das bei GRI eingereichte Material zum Zeitpunkt der Prüfung am 7 Juni 2011. GRI schliesst explizit die Anwendung dieses Statements in Bezug auf jegliche spätere Änderungen dieses Materials aus.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > Global Compact Fortschrittsbericht

Global Compact Fortschrittsbericht.

Der vorliegende CR-Bericht dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) der Deutschen Telekom im Rahmen des Global Compacts der Vereinten Nationen. Die Tabelle verweist auf die Textstellen, an denen wir im vorliegenden CR-Bericht sowie in weiteren Konzernpublikationen über unser Engagement zur Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compacts Auskunft geben. Die Deutsche Telekom war im Berichtszeitraum Mitinitiatorin des Global Compact LEAD und ist als einziges deutsches Unternehmen im Lenkungsausschuss von Global Compact LEAD vertreten.



Prinzip 1: Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte.

- ➔ [Werte und Leitlinien](#)
- ➔ [Compliance](#)
- ➔ [Datenschutz](#)
- ➔ [Politik und Regulierung](#)
- ➔ [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- ➔ [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- ➔ [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- ➔ [Gesundheitsmanagement](#)
- ➔ [Vergütung](#)
- ➔ [Diversity](#)
- ➔ [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- ➔ [Lieferantenmanagement](#)
- ➔ [Arbeitsunfälle](#)
- ➔ [Gesundheitsquote](#)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstrategie und Konzernsteuerung](#) (Seite 1/4 ff.)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Mitarbeiter](#) (Seite 1/6 ff.)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Der Aufsichtsrat einschließlich weiterer Mandate](#) (Seite 1/2 f.)
- ➔ [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 6 ff., 15 - 18, 29 f.)
- ➔ [Bericht Datenschutz und Datensicherheit 2010 > Lagebericht](#) (S. 6ff.)

Prinzip 2: Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen.

- ➔ [Werte und Leitlinien](#)
- ➔ [Compliance](#)
- ➔ [Politik Regulierung](#)
- ➔ [Mobilfunk und Gesundheit](#)
- ➔ [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- ➔ [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- ➔ [Lieferantenauswahl](#)
- ➔ [Lieferantenmanagement](#)

Prinzip 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen.

- ➔ [Werte und Leitlinien](#)
- ➔ [Compliance](#)
- ➔ [Politik Regulierung](#)
- ➔ [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- ➔ [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- ➔ [Lieferantenauswahl](#)
- ➔ [Lieferantenmanagement](#)

▾ Prinzip 4: Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit.

- [Werte und Leitlinien](#)
- [Compliance](#)
- [Politik Regulierung](#)
- [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [Lieferantenauswahl](#)
- [Lieferantenmanagement](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstrategie und Konzernsteuerung](#) (Seite 1/4 ff.)

▾ Prinzip 5: Abschaffung der Kinderarbeit.

- [Werte und Leitlinien](#)
- [Compliance](#)
- [Politik Regulierung](#)
- [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- [Vergütung](#)
- [Talent Agenda](#)
- [Diversity](#)
- [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [Lieferantenauswahl](#)
- [Lieferantenmanagement](#)

▾ Prinzip 6: Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung.

- [Werte und Leitlinien](#)
- [Compliance](#)
- [Wettbewerbsfähige Belegschaft](#)
- [Vergütung](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Der Aufsichtsrat einschließlich weiterer Mandate](#) (Seite 1/2 f.)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstrategie und Konzernsteuerung](#) (Seite 1/4 ff.)
- [Personalbericht 2010/2011](#) (S. 6 ff., 14 -16 , 29 f.)

▾ Prinzip 7: Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen.

- [CR-Strategie](#)
- [Key Performance Indikatoren](#)
- [Organisation und Management](#)
- [Politik und Regulierung](#)
- [Mobilfunk der zweiten und dritten Generation](#)
- [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- [Kundenkommunikation](#)
- [Handy- und Telefonrücknahme](#)
- [Forschung und Innovation](#)
- [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- [Rohstoffeinsatz](#)
- [Lieferantenauswahl](#)
- [Lieferantenmanagement](#)
- [Internationale Zusammenarbeit](#)
- [Klimaschutz](#)
- [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- [Umweltmanagement](#)
- [Klimaschonende Mobilität](#)
- [Biodiversität](#)
- [Energie & Emissionen](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Konzernstrategie und Konzernsteuerung](#) (Seite 1/4 ff.)
- [Geschäftsbericht 2010 > Innovation und Produktentwicklung](#)
- [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Responsibility](#) (Seite 1/4 f.)

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

- [Werte und Leitlinien](#)
- [CR-Strategie](#)
- [Key Performance Indikatoren](#)
- [Organisation und Management](#)
- [Politik und Regulierung](#)

- ➔ [Mobilfunk der zweiten und dritten Generation](#)
- ➔ [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- ➔ [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- ➔ [Kundenkommunikation](#)
- ➔ [Handy- und Telefonrücknahme](#)
- ➔ [Forschung und Innovation](#)
- ➔ [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- ➔ [Rohstoffeinsatz](#)
- ➔ [Lieferantenauswahl](#)
- ➔ [Lieferantenmanagement](#)
- ➔ [Internationale Zusammenarbeit](#)
- ➔ [Klimaschutz](#)
- ➔ [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- ➔ [Umweltmanagement](#)
- ➔ [Klimaschonende Mobilität](#)
- ➔ [Biodiversität](#)
- ➔ [Ökologisch](#)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Innovation und Produktentwicklung](#)
- ➔ [T-Mobile > SAR-Werte](#)

▼ Prinzip 9: Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien.

- ➔ [CR-Strategie](#)
- ➔ [Key Performance Indikatoren](#)
- ➔ [Organisation und Management](#)
- ➔ [Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign](#)
- ➔ [Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste](#)
- ➔ [Kundenkommunikation](#)
- ➔ [Handy- und Telefonrücknahme](#)
- ➔ [Forschung und Innovation](#)
- ➔ [Klimaschutz](#)
- ➔ [Umweltfreundliche Netzinfrastruktur](#)
- ➔ [Umweltmanagement](#)
- ➔ [Klimaschonende Mobilität](#)
- ➔ [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- ➔ [Rohstoffeinsatz](#)
- ➔ [Lieferantenauswahl](#)
- ➔ [Lieferantenmanagement](#)
- ➔ [Internationale Zusammenarbeit](#)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Innovation und Produktentwicklung](#)

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

- ➔ [CR-Strategie](#)
- ➔ [Stakeholder-Management](#)
- ➔ [Compliance](#)
- ➔ [Risiko- und Chancenmanagement](#)
- ➔ [Datenschutz](#)
- ➔ [Politik und Regulierung](#)
- ➔ [Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf](#)
- ➔ [Audit-Ergebnisse 2010](#)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Corporate Governance-Bericht_ \(Seite 1/6 ff.\)](#)
- ➔ [Geschäftsbericht 2010 > Risiko- und Chancenmanagement_ \(Seite 7/11 ff.\)](#)


Corporate Responsibility Bericht 2010/2011


Startseite > Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung

Prüfbescheinigung.

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit ausgewählter Angaben des "Corporate Responsibility Berichts 2010/2011" („CR-Bericht“) der Deutsche Telekom AG, Bonn, (die "Gesellschaft") durchgeführt. Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung bezog sich auf ausgewählte deutsche Seiten auf der Konzernwebsite „Corporate Responsibility Bericht 2010/2011“ mit Informationen aus dem Kalenderjahr 2010. Sofern unsere Prüfung die gesamten Inhalte der Seiten abdeckt, werden diese Seiten mit dem Symbol  gekennzeichnet. Spezielle Angaben, wie Daten in der

Rubrik "Kennzahlen", die durch uns geprüft wurden, werden direkt mit dem Symbol  gekennzeichnet. Nicht Gegenstand des Prüfungsauftrags sind Daten, 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 CR-Informationen im CR-Bericht in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (S. 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien (die "GRI Kriterien") zu erstellen.

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

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

die mit dem Symbol  gekennzeichneten Angaben des CR-Berichts für das Kalenderjahr 2010 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI Kriterien erstellt worden sind. Diese ausgewählten Angaben befinden sich in der Rubrik "Strategie und Management" und in der Rubrik "Lieferanten" sowie Angaben in der Rubrik "Kennzahlen" des CR-Berichts.


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

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

- Befragungen des Managements sowie von für das Reporting von CR-Informationen zuständigen und mit der Erstellung des CR-Berichts beauftragten Mitarbeitern;
- Nachvollzug der relevanten Dokumentation über die Eignung der relevanten Systeme und Prozesse zur Erhebung und Analyse der mit dem Symbol gekennzeichneten Angaben im CR-Bericht;
- Analytische Beurteilung ausgewählter CR-Angaben;
- Besuch ausgewählter Standorte sowie Durchführung standortbezogener Befragungen sowie Daten- und Plausibilitätsprüfungen;
- Verwertung der Bestätigung externer Dritter zum Elektrizitätsbedarf des Konzerns Deutsche Telekom in Deutschland;
- Stichprobenhafte Einholung von Nachweisen für die Richtigkeit der mit dem Symbol gekennzeichneten Angaben, u.a. durch Einsichtnahme in interne Dokumente, Verträge, in Rechnungen und Berichte von externen Dienstleistern.

Urteil

Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit

dem Symbol  gekennzeichneten Angaben des CR-Berichts für das Kalenderjahr 2010 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den GRI Kriterien erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise - Empfehlungen

Ohne das oben dargestellte Urteil einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen aus:

- Die Integration der zentralen CR-Strategie sollte in den Landesgesellschaften weiter voranschreiten (u.a. durch den weiteren geplanten Roll-Out der CR-KPI).
- Der CR-Datenbank vorgelagerte Prozesse zur Erhebung und Ermittlung von Daten sollte stärker standardisiert und dokumentiert werden. Die Definition der Kennzahlen sollte in Einzelfällen ausführlicher beschrieben werden.

Düsseldorf, den 30. Juni 2011

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Andreas Bröcher
Wirtschaftsprüfer

ppa. Nicole Kummer

© Deutsche Telekom, 2011

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Über diesen Bericht > Benutzerhilfe

Benutzerhilfe.

Mithilfe verschiedener Servicefunktionen wollen wir Ihnen das gezielte Lesen des Online-Berichts erleichtern. Hierfür befinden sich neben dem zentralen Fließtext in der rechten Spalte Servicekästen. Hierüber haben Sie auch die Möglichkeit, Kontakt mit uns aufzunehmen. Auf den jeweiligen Kapiteleinstiegsseiten befinden sich zudem Videoaufzeichnungen und interaktive Grafiken. Wie diese Inhalte und Servicefunktionen genutzt werden können, erfahren Sie im Folgenden.

☐ Kapiteleinstiegsseiten.

Videos.

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

Nutzungsbedingungen:

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

Materiality-Matrix.

Die Grafik auf den Einstiegsseiten der Kapitel stellt die Materiality-Matrix dar. Diese weist die im Zuge des [Materiality-Prozesses](#) bewerteten Themen entsprechend ihrer Relevanz für die wichtigsten Stakeholder-Gruppen der Telekom aus: Je größer die Schrift und das grafische Symbol, desto höher wurde das Thema durch die befragten Stakeholder bewertet.

☐ Zentraler Text.

Überschriften mit Aufklappfunktion.

Um die Seiten übersichtlicher zu gestalten, sind die Texte des vorliegenden CR-Online-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 Servicekasten „DIESES KAPITEL“ auf der rechten Seite mit dem Symbol „Listen aufklappen“ den gesamten Text der Seite zugleich sichtbar machen und wieder verbergen.

Kennzahlengrafiken.

Ausgewählte [Kennzahlen](#) des Konzerns sowie einzelner Landesgesellschaften sind in Grafiken abgebildet, in denen die Werte als Tabelle, Balken oder Linien aufgerufen werden können. In der rechten oberen Ecke befindet sich das Feld „Alle Länderdaten“, über das ein interaktives Kennzahlentool angewählt werden kann. Dieses öffnet sich in einem eigenen Fenster und ermöglicht einen Vergleich der Kennzahlen des Konzerns sowohl über mehrere Jahre als auch zwischen ausgewählten Konzerngesellschaften. Hierfür muss im neuen Fenster auf der linken Seite anstelle von „Kennzahlensicht“ die Einstellung „Ländervergleich“ angewählt werden. Daraufhin erscheint eine Übersicht über die Telekom in Deutschland und 14 internationale Landesgesellschaften. Über einen Filter können einzelne Gesellschaften und Jahreszahlen ausgewählt oder ausgeschlossen werden.

☐ Servicekasten in der rechten Spalte.

Kontakt.

Über den Servicekasten „KONTAKT“ können Sie sich mit Ihren Fragen oder Anregungen an den passenden Ansprechpartner wenden.

Dieses Kapitel.

Im Servicekasten „DIESES KAPITEL“ finden Sie die Funktion „in den Infokorb legen“. Wie bei einem Warenkorb, den Sie vielleicht vom Online-Einkauf kennen, können Sie während des Lesens einzelne Kapitel im PDF-Format sammeln, um sie später herunterzuladen oder zu drucken. Unter „Infokorb ansehen“ finden Sie die ausgewählten Dokumente. Diese können sowohl einzeln als auch gesammelt heruntergeladen und gedruckt werden. Beim gemeinsamen Download werden alle ausgewählten Dateien als komprimierte ZIP-Datei auf Ihrem Computer abgespeichert. Um die komprimierten Daten zu entpacken, muss auf dem Rechner eine ZIP-Software installiert sein. Zur Nutzung dieser Funktion müssen im Browser die Cookies aktiviert sein.

Lesezeichen.

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

aktiviert sein.

Service.

Im Download Center finden Sie die wichtigsten CR-Veröffentlichungen der letzten Jahre zum Download. Über das Bestell Center gelangen Sie zu einem Formular, über das Sie den CR-Bericht 2010 in gedruckter Fassung bestellen können.

Social Bookmarks.

Für die Seiten des CR-Berichts ist eine Social-Networks- und Social-Bookmark-Funktion aktiviert. Dadurch besteht die Möglichkeit, mit einem Mausklick jede Seite direkt im gewünschten Netzwerk einzutragen.


Derzeit sind folgende Dienste verfügbar:

- Mister Wong
- Twitter
- Digg
- Del.icio.us
- Facebook
- StumbleUpon
- Google

 Obere Servicezeile.

Glossar.



Im Glossar sind die wichtigsten Begriffe des CR-Berichts beschrieben. Diese sind mit dem  Symbol gekennzeichnet. Die Begriffserklärung erscheint, wenn Sie den Mauszeiger auf das Symbol führen. Alternativ können Sie über die obere Servicezeile 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 der Website können Sie gezielt nach Informationen suchen, indem Sie entsprechende Begriffe in das Feld eingeben und auf „Finden“ drücken.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management

Strategie und Management.

Internationaler Marktführer für Vernetztes Leben und Arbeiten zu werden – das ist das strategische Ziel der Deutschen Telekom. Das bedeutet für uns, auch in der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung mit gutem Beispiel voranzugehen: Bis 2015 wollen wir als verantwortungsvolles Unternehmen an der Spitze unserer Branche stehen. Auf dem Weg zu diesem ambitionierten Ziel konnten wir im letzten Jahr maßgebliche Fortschritte erzielen.

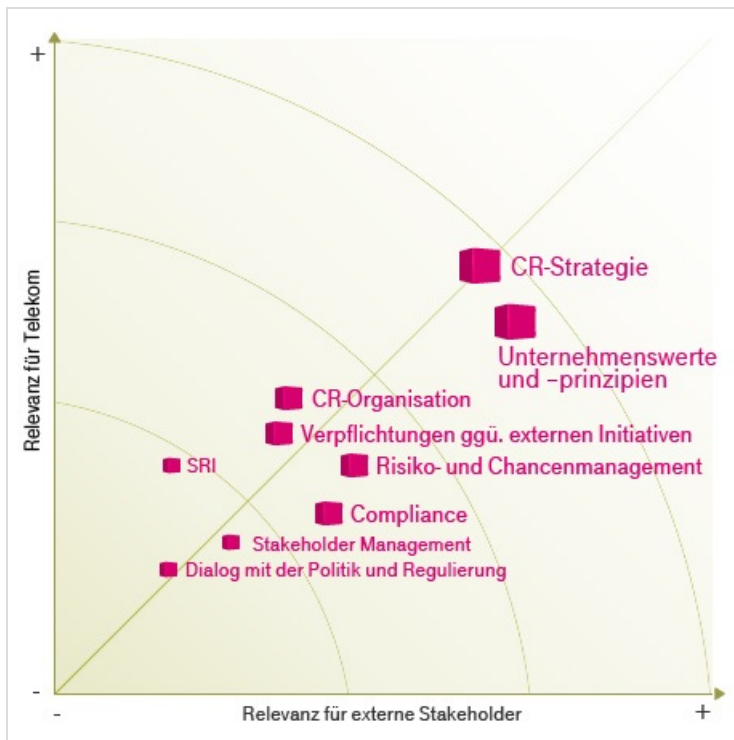


Nachhaltigkeit als Erfolgskonzept

Im Gespräch mit Prof. Dr. Klaus Leisinger, Präsident und Geschäftsführer der Novartis Stiftung für Nachhaltige Entwicklung, erörtert Luis Neves, Leiter CR der Deutschen Telekom, die Frage, welchen messbaren Beitrag die Nachhaltigkeitsstrategie dazu leistet, Risiken für den Konzern zu reduzieren.

Was sind die wesentlichen Themen im Kapitel „Strategie und Management“?

Das Ergebnis unserer Abfrage bei internen und externen Stakeholdern finden Sie hier.



Wie wir die wesentlichen Themen bestimmt haben.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011


Startseite > Strategie und Management > Werte und Leitlinien

Werte und Leitlinien.

 Inhalt durch PwC geprüft

„Wir leben Verantwortung.“ Unter diesem Leitsatz verfolgen wir das Ziel, weltweit Vorreiter im Bereich Corporate Responsibility (CR) zu werden. Wir arbeiten daran, im gesamten Konzern eine werteorientierte Unternehmenskultur zu etablieren, die von verantwortlichem und nachhaltigem Verhalten geprägt ist.






Unsere Leitlinien (Guiding Principles) und der darauf aufbauende Verhaltenskodex (Code of Conduct) bilden das Grundgerüst für unser unternehmerisches Handeln – in der Zusammenarbeit mit Kunden, Lieferanten, Partnern und der Öffentlichkeit ebenso wie innerhalb des Unternehmens.

 Guiding Principles: Leitlinien für verantwortungsvolles Handeln.


Konzernweit gültig – in 19 Sprachen verfügbar.

Unsere Unternehmenskultur basiert auf den konzernweit gültigen Guiding Principles. Die Leitlinien wurden unter Einbindung von Sozialpartnern entwickelt und im Januar 2009 veröffentlicht. Seither gelten sie konzernweit – in 19 Sprachen, 34 Ländern und 50 Geschäftseinheiten. Die Leitlinien repräsentieren unsere Wertvorstellungen und Überzeugungen und prägen unser Verhalten. Sie helfen uns, Werte sowohl für unsere Stakeholder als auch für unser Unternehmen zu schaffen und zu bewahren.

Die fünf Guiding Principles der Telekom:

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

Im Jahr 2010 wurde die Implementierung der Guiding Principles in die wichtigsten Geschäfts- und Personalprozesse abgeschlossen. Zudem zeigten die im Juli und im Oktober 2010 durchgeführten Mitarbeiterbefragungen, dass ein Großteil der Beschäftigten die Leitlinien bereits verinnerlicht hat: Acht von zehn Befragten gaben an, die Guiding Principles verstanden zu haben. 70 Prozent setzen nach eigener Aussage die Leitlinien schon heute in ihrer täglichen Arbeit um.


 Tag der Leitlinien: Unternehmenswerte erlebbar machen.

Erster „Internationaler Tag der Leitlinien“ am 6. Oktober 2010.

Um die Guiding Principles zu selbstverständlich gelebten Werten zu machen, liegt der aktuelle Schwerpunkt darauf, Anregungen für ihre Integration in den Arbeitsalltag zu geben. Hierzu haben wir den 6. Oktober zum „Internationalen Tag der Leitlinien“ ernannt. Die Mitarbeiter können den Tag nach ihren eigenen Wünschen und Bedürfnissen gestalten.

Anlässlich der Premiere im Jahr 2010 stellten unsere Beschäftigten weltweit die praktische Bedeutung der Leitlinien im Arbeitsalltag bei verschiedenen Aktionen in den Mittelpunkt: So wurden Mitarbeiter, die die Unternehmenswerte vorbildlich leben, zum „Leitlinien-König“ ernannt, Diskussionsrunden veranstaltet oder die Unternehmenswerte in phantasievoll umgesetzten Gruppenfotos dargestellt.

Die Aktionen gingen auch über die Unternehmensgrenzen hinaus: Die Beschäftigten von Makedonski Telekom beispielsweise wurden in ihrem direkten gesellschaftlichen Umfeld aktiv, indem sie Kleider, Spielzeug und Bücher für das Rote Kreuz sammelten und die Leitlinien damit zum Leben erweckten.

 Code of Conduct: Umfassende Überarbeitung im Jahr 2010.

Unser Code of Conduct konkretisiert die fünf Konzernleitlinien (Guiding Principles) und legt seit 2006 klare Verhaltensanforderungen für unsere tägliche Arbeit fest. Er gilt weltweit für alle Beschäftigten des Telekom Konzerns – vom Auszubildenden bis zum Vorstand. Als Orientierungsrahmen verknüpft unser Code of Conduct unseren Anspruch an die Einhaltung von Recht und Gesetz mit unseren besonderen Anforderungen an ethisches Verhalten und mit den fünf Leitlinien.

Download [Code of Conduct](#)

Weiterentwicklung des Code of Conduct.

Die Einführung der Guiding Principles Anfang 2009 sowie gestiegene gesellschaftliche Anforderungen an regelkonformes und rechtlich einwandfreies Verhalten erforderten eine Weiterentwicklung des Code of Conduct. Daher überarbeitete der Konzernbereich Compliance im Jahr 2010 gemeinsam mit dem Personalbereich und weiteren Experten aus dem Konzern den bestehenden Verhaltenskodex.

Die überarbeitete Fassung beschreibt ausführlich, welches Verhalten die einzelnen Leitlinien im Arbeitsalltag fordern. Dabei wurde der Fokus auf die Konkretisierung der Verhaltensanforderungen zur Integrität und die Einhaltung der Verhaltensregeln gesetzt.

Konzernweite Einführung seit Anfang 2011.

Seit Januar 2011 wird der überarbeitete Code of Conduct konzernweit implementiert. Zu diesem Zweck haben wir bereits im Vorfeld seiner Einführung eine rechtliche Adaptionprüfung in 39 Ländern durchgeführt. Notwendige vorbereitende Prozesse wurden eingeleitet und Verantwortlichkeiten festgelegt. Ein Telekom Code of Conduct myWiki sowie eine Intranetseite zum Code of Conduct halten eine breite Auswahl an Kommunikations- und Schulungsmaßnahmen für die Konzerneinheiten bereit.

Die internationale Verankerung des überarbeiteten Code of Conduct ist ein entscheidender Schritt, um in allen Konzerngesellschaften eine einheitlich gelebte, wertorientierte Unternehmenskultur zu etablieren. Hier wird besonders an Führungskräfte, als Vorbilder und Multiplikatoren des Code of Conduct appelliert.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > CR-Strategie

CR-Strategie.

 Inhalt durch PwC geprüft

Als international erfolgreicher Konzern wollen wir weltweit Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten werden. Zugleich streben wir auch in der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung eine internationale Vorreiterrolle in unserer Branche an. Diese wollen wir im Jahr 2015 erreicht haben.


Mit unserer 2008 überarbeiteten konzernweiten CR-Strategie bekennen wir uns ausdrücklich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung. Sie steht im Einklang mit der Konzernstrategie und gibt auch den internationalen Landesgesellschaften einen Handlungsrahmen für die Umsetzung von CR in ihren Einflussbereichen vor.

 CR-Vision: Telekom als Treiber einer nachhaltigen Entwicklung.

In Übereinstimmung mit dem Leitsatz „Wir leben Verantwortung“ entwickelte die Telekom im März 2010 eine CR-Vision. Sie ist Ausdruck eines Selbstverständnisses, das kurz- und mittelfristige Ziele überdauert und eine nachhaltige Ausrichtung aller Geschäftstätigkeiten einfordert. Die CR-Vision gibt damit einen langfristigen konzernweiten Orientierungsrahmen vor und beschreibt unser Bekenntnis zu einer nachhaltigen Entwicklung. Aufbauend auf der CR-Strategie bezieht unsere Vision alle Handlungsfelder ein, die im Mittelpunkt unseres Engagements stehen.

Unsere CR-Vision:

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

 Strategisches Ziel: Internationale Vorreiterrolle in CR.

Bis 2015 wollen wir das verantwortungsvollste Unternehmen unserer Branche sein.

„Verbessern – Verändern – Erneuern“ – dieser Leitgedanke prägt die strategische Neuausrichtung der Telekom. In diesem Rahmen leistet auch unsere CR-Strategie einen wichtigen Beitrag zur Erreichung der strategischen Ziele des Konzerns.

Die Telekom will in der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung eine internationale Vorreiterrolle in der ICT-Branche einnehmen. Dieses ehrgeizige Ziel wollten wir bis Ende 2011 erreichen. Eingehende Analysen unseres Engagements und entscheidender Rahmenbedingungen ergaben jedoch einen Anpassungsbedarf unserer Zielsetzung. Daher haben wir uns einen neuen Zeithorizont gesteckt: Bis 2015 wollen wir unser Ziel, führend in CR zu sein, erreichen. Einen wesentlichen Beitrag hierzu leistet das im Berichtszeitraum initiierte Projekt „Führend sein“.

 Projekt „Führend sein“: Meilenstein auf dem Weg zur CR-Vorreiterrolle.

Um unseren Anspruch einer CR-Vorreiterrolle noch konsequenter zu verfolgen und die Zielerreichung überprüfen zu können, stieß der zentrale CR-Bereich im Jahr 2010 das interne Projekt „Führend sein“ an. Ziel war die Entwicklung von Erfolgskriterien, anhand derer eine CR-Vorreiterrolle innerhalb der internationalen ICT-Branche vergleichbar und transparent gemessen werden kann. Auf Basis umfassender Wettbewerbs- und Trendanalysen und einer internen Analyse, in der wir den Status quo der Integration von CR in die zentralen Geschäftsprozesse bestimmten, leiteten wir einen Kriterienkatalog ab.

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

Auf Basis der Erfolgskriterien leiteten wir konkrete Handlungsempfehlungen ab. Bis 2015 unterziehen wir die empfohlenen Einzelmaßnahmen einem Prüfungs- und Monitoringprozess. Genauso überprüfen wir bis 2015 die existierenden CR Key Performance Indikatoren auf Basis der Ergebnisse des internen Projekts.

 Fokus auf drei CR-Handlungsfelder.

In Wirtschaft und Gesellschaft gehört der Wandel zum Alltag. Der technologische Fortschritt und zeit- und

standortunabhängige Kommunikation verändern unser Leben von Grund auf – unsere Arbeit und unsere Freizeit. Mit nachhaltigen Produkten, Lösungen und Initiativen tragen wir zu einer besseren Vernetzung von Leben und Arbeiten, einer chancengerechten Teilhabe an der Informationsgesellschaft und zum Klimaschutz bei. Davon profitieren unsere Kunden und Partner, Mitarbeiter, 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 eine aktive, chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft.

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

... für eine klimafreundliche Gesellschaft.

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

Download: [Broschüre „Klima schützen, Kosten senken. Nachhaltige Lösungen der Informations- und Kommunikationstechnologie“](#)

▾ Fortschreitende interne Verankerung von CR.

Mit der schrittweisen Verankerung von CR in den Konzernbereichen und Auslandsgesellschaften schaffen wir eine wesentliche Voraussetzung, um unser strategisches Ziel einer CR-Vorreiterrolle im internationalen ICT-Wettbewerb zu erreichen. Hierbei spielt vor allem das Bewusstsein unserer Beschäftigten für CR eine wichtige Rolle. Im Berichtszeitraum trug eine Vielzahl an Aktivitäten dazu bei, den Stellenwert von CR in den unterschiedlichen Fachbereichen – national wie international – zu erhöhen:

- **Beitrag unserer Mitarbeiter zu einer nachhaltigen Entwicklung** . Durch interne Ideenwettbewerbe und die Unterstützung [gesellschaftlichen Engagements](#) regen wir unsere Mitarbeiter zu sozialem und ökologischem Engagement an. Im Berichtszeitraum wurden unsere Beschäftigten zudem in einer [internen Rücknahme-Aktion für alte Mobiltelefone](#) aktiv und schonten dadurch wertvolle natürliche Ressourcen.
- **Nachhaltiges Produktportfolio.** Im Rahmen des Projekts „[Nachhaltiges Produktportfolio](#)“ leisteten Beschäftigte aus unterschiedlichen Bereichen des Konzerns in einem Workshop und zahlreichen Einzelinterviews wertvolle Beiträge zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsperformance unseres Produktportfolios.
- **Konzernweite Zusammenarbeit über CR-Datenbank.** Zur systematischen Sammlung und Verwaltung relevanter Daten für unsere CR-Berichterstattung nutzten wir Anfang 2010 erstmalig ein webbasiertes Tool zur Datenerfassung: die [CR-Datenbank](#) . Eine Vielzahl an Mitarbeitern aus verschiedenen Konzernbereichen und Landesgesellschaften ist über diese Softwareanwendung aktiv in den Datenerfassungsprozess eingebunden.

Ziele und Erreichtes.

✓ Inhalt durch PwC geprüft

In ihrem CR-Programm definiert die Telekom verbindliche Zielvorgaben, die in ihrem Kerngeschäft in allen relevanten Prozessen konzernweit umgesetzt werden.

Das CR-Programm 2010/2011 baut auf dem Programm des Vorjahres auf. Es ist in die drei strategischen CR-Handlungsfelder und weitere fünf Leistungsbereiche unterteilt, für die Ziele und entsprechende Maßnahmen beschrieben werden. Für jede Maßnahme haben wir einen Zeitrahmen festgelegt. Unter der Rubrik „Stand der Umsetzung“ wird mit einem entsprechenden Zusatz über die Fortschritte im Berichtszeitraum informiert. Die CR Key Performance Indikatoren sind den unterschiedlichen Themenfeldern des Programms zugeordnet. Darüber hinaus sind die Programmpunkte mit einem Diagramm zur Visualisierung des Fortschritts versehen. Diese Diagramme stellen eine subjektive Einschätzung dar und unterliegen nicht der Prüfung durch den Wirtschaftsprüfer.

CR-Programm 2010/2011.

Ziele, Maßnahmen, Prozesse und Ergebnisse. Mit ihrem neuen CR-Programm definiert die Telekom verbindliche Zielvorgaben, die sie in ihrem Kerngeschäft in allen relevanten Prozessen konzernweit umsetzt.

Das CR-Programm 2010 knüpft an das Programm des Vorjahres an. Es ist in unsere drei strategischen CR-Handlungsfelder und weitere CR-Leistungsbereiche unterteilt. Für alle acht Handlungsfelder bzw. Leistungsbereiche nennt das CR-Programm Ziele und Maßnahmen. Es definiert einen Zeitrahmen, innerhalb dessen die Maßnahmen durchzuführen sind, und gibt Auskunft über den Stand ihrer Umsetzung. Aufgrund neuer Entwicklungen im Konzern, wurden 2010 einzelne Ziele inhaltlich überarbeitet und neu formuliert. Ziele, die 2009 erreicht wurden, werden in diesem CR-Programm nicht mehr dargestellt. Die jeweiligen Zielerreichungsniveaus werden in diesem Bericht durch Kuchendiagramme anschaulich wiedergegeben. Diese Kuchendiagramme stellen eine Selbsteinschätzung der Deutschen Telekom dar und unterliegen entgegen dem CR-Programm nicht der Prüfung einer externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Diese Kuchendiagramme stellen eine Selbsteinschätzung der Deutschen Telekom dar und unterliegen entgegen dem CR-Programm nicht der Prüfung einer externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft. Neue Ziele sind durch eine graue Markierung hervorgehoben.

Ergänzend weist das CR-Programm auf Messgrößen hin, sog. Key-Performanceindikatoren (KPI), mit denen wir die Leistung in jedem der Bereiche quantitativ ausweisen wollen.

Das CR-Programm ist Gegenstand der betriebswirtschaftlichen Prüfung einer externen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft gewesen.

Die Highlights im Berichtszeitraum:

- Climate Change Group etabliert und neues CO₂-Ziel für Deutschland verabschiedet: 40% auf Basis 1995 bis 2020
- Fortsetzung der Kommunikationsoffensive Nachhaltigkeit mit verschiedenen Botschaften
- 250 Tausend Altgeräte im Rahmen von Handyrücknahmeaktionen eingesammelt
- Initiative „Ich kann was“: Insgesamt bereits 139 Projekte und Einrichtungen. Über 30 Tausend Kinder schon in erster Förderrunde erreicht
- Frauenquote von 30% bis 2015 für mittlere und obere Führungspositionen auf gutem Weg
- Neue „Guiding Principles“ und neuer „Code of Conduct“ für Mitarbeiter im Konzern implementiert

Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: International führend sein in CR. (KPI: Socially Responsible Investment, SRI)			
Implementierung einer CR-Governance-Struktur	2011	Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> Arbeitsaufnahme und regelmäßige Meetings des CR-Boards Climate Change Group etabliert Kernteam Deutschland tagt regelmäßig 	
Konzernweiter Roll-out der CR-Strategie	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Konzernweite CR-Vision entwickelt (Ziel erreicht) CR-Strategie-Roadshows (neun in 2009, acht in 2010) Vier Roadshows in 2011 	
Implementierung eines konzernweiten Performance- Managements auf Basis von KPIs (<u>Key Performance Indikatoren</u>)	2015	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Zieltermin angepasst KPI-Struktur und -inhalte 2010 international definiert KPI-Monitoring im Gesamtkonzern 	
Ausbau und Weiterentwicklung von Stakeholderdialogen	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Vorstand unterzeichnet „Changemaker-Manifest“ (Ziel erreicht) Vorstand unterzeichnet „Leitbild für die deutsche Wirtschaft“ Englisches Intranet für internationales CR-Manager-Netzwerk und Mitarbeiter der nationalen Beteiligungen (Ziel erreicht) Etablierung eines Prozesses zum Stakeholdermanagement unter Berücksichtigung der Anforderungen von AA1000 Weiterentwicklung Materiality-Prozess 	
Intensivierung von Kundendialogen zum Thema Nachhaltigkeit	2012	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Fortsetzung der Kommunikationsoffensive Nachhaltigkeit 	
Durchführung von Gap-Analysen auf Basis von <u>SRI-Ratingbewertungen</u> und Studien	2009 – 2011	Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> Trend- und Gap-Analysen durchgeführt 	
Nutzung der Analyseergebnisse	2015	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Handlungsempfehlungen, Maßnahmen und Messkriterien festgelegt Maßnahmencontrolling aufgebaut Maßnahmen umgesetzt 	

Vernetztes Leben und Arbeiten.


Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Treibende Kraft sein für ein nachhaltiges Leben und Arbeiten.			
Entwicklung von Leuchtturmprojekten für nachhaltiges Leben und Arbeiten	2009 – 2011	Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> Entwicklung des Projekts work-life@telekom 	
Fortführung und Ausbau des Programms work-life@telekom	Fortlaufend	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Dauerhafte Integration in Unternehmens- und Führungskultur durch innovative Policies z.B. Nutzung Mobile Device und Förderung Teilzeit Eltern und Senioren-Beratung mit Arbeiterwohlfahrt Ausbau betrieblich geförderter Kinderbetreuungsplätze um 240 Plätze in 2011 Implementierung eines internationalen Jugendaustauschprogramms 	
<u>engagement@telekom</u> : Ausbau des Corporate-Volunteering-Programms	2009 – 2015	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Zieltermin angepasst Launch Datenbank für Projekte und Themen Ausbau Corporate Giving Freiwilliger Einsatz von 1000 Mitarbeitern in 2011 geplant; sukzessiver Ausbau ehrenamtliches Engagement auf 5000 Mitarbeiter in 2015 Corporate Volunteering -Projekte in 10 Ländern 	
Auf- und Ausbau der berufsbegleitenden wissenschaftlichen Weiterbildung („Bologna@Telekom“)	Fortlaufend	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Weiterentwicklung der Initiative „Bologna@Telekom“ in Deutschland Kooperation mit sieben Hochschulen und Förderung des berufsbegleitenden Studiums in 25 ausgewählten Bachelor- und Master-Studiengängen 	

☑ Aktive, chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft.






Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Beispielhaft sein in der Integration von Menschen in die Informations- und Wissensgesellschaft/Chancengleichheit. (KPI: CR-Leadershipindikator (Gesellschaftliches Engagement))			
Aufbau von Junior-Ingenieur-Akademien mit einem Mädchenanteil von mindestens 50 %	2008 – 2011	Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> Erhöhung der Zahl der Schulen in Deutschland mit Junior-Ingenieur-Akademie auf insgesamt 25 (Ende 2010) Neues Ziel 50 Schulen bis Ende 2013. 	
Fortsetzung des Aufbaus von Junior-Ingenieur-Akademien	2011 - 2013	<ul style="list-style-type: none"> Neues Ziel: 50 Schulen 	
Entwicklung von Leuchtturmprojekten zur Integration von Menschen in die Informations- und Wissensgesellschaft in nahezu allen Märkten	2009 – 2011	Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> Etablierung der Initiative „Ich kann was!“ in Deutschland: Über 650.000 € für 139 Projekte und Einrichtungen. 30.000 Kinder und Jugendliche bereits in erster Förderrunde erreicht Angebot von Internet-Crash-Kursen für ältere Menschen in 15 ungarischen Ortschaften im Rahmen von „Digital Bridge Program on Small Settlements“ 	
Ausbau des fremdsprachigen Kundenbetreuungsangebots in allen Konzerneinheiten	Fortlaufend	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Mehrsprachige Hotlines und Informationsmaterialien Einsatz Englisch, Russisch oder Türkisch sprechender Mitarbeiter in Deutschland und Spanisch sprechender Mitarbeiter bei T-Mobile USA 	
Reduzierung der Zugangsbarrieren für Menschen mit Einschränkungen	Fortlaufend	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Programm für Förderung von gehörlosen und hörgeschädigten Menschen bei der Slovak Telekom (große Öffentlichkeitskampagne, Schulung von Mitarbeitern und interessierten Bürgern in Gebärdensprache, Unterstützung hörgeschädigter Existenzgründer) Gehörlosen-Chat bei T-Mobile Austria IT Schulungen für blinde Menschen bei T-Systems Tschechien Entwicklung Produktportfolio für Menschen mit Einschränkungen Spezialtarife für Menschen mit besonderen Bedürfnissen bei verschiedenen Landesgesellschaften 	
Stärkung des Jugendschutzes, bessere Verzahnung der Programme sowie Intensivierung des internationalen Austauschs über konkrete Projekte innerhalb des Konzerns	2011	Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Aufbau von Strukturen für regelmäßigen Austausch Jugendschutz-Guideline Projekt „Teach Today“ Kinderschutzsoftware 	
<p>³ Der KPI wurde im Vergleich zum CR-Programm 2009 verändert.</p>			

☑ Klimafreundliche Gesellschaft.

Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Führend sein auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“ und eine signifikante Reduktion des Carbon Footprints herbeiführen. (KPI: CO ₂ -Emissionen total (in t und %) (Basis 1995))			
Entwicklung einer konzernweiten <u>Climate Change Strategie</u> und Überarbeitung des konkreten Reduktionsziels von CO ₂ -Emissionen	2009 – 2012	Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Vorstand hat für Deutschland ein neues CO₂-Ziel verabschiedet Internationalisierung und Entwicklung eines konzernweiten Ziels bis 2012 	
Durchführung eines Carbon Footprint-Projekts (CFP) für eine konzernweitliche Methodik	2009 – 2012	Zieltermin angepasst. Basisprojekt wurde 2009 durchgeführt - Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Überprüfung der CFP-Ergebnisse durch Climate Change Group Mitarbeit in einem GHG Road Testing Projekt Mitarbeit beim Product Carbon Footprint Pilotprojekt Deutschland „Plattform für einen klimaverträglichen Konsum“ Bilanzierung von ausgewählten Telekom Produkten nach PCF Methoden (z.B. De-mail) 	
Implementierung eines konzernweiten Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001	2008 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Dachzertifikat nach ISO 14001 für 18 Gesellschaften der Telekom Weitere Integration aller umweltrelevanten Konzerngesellschaften 	
Implementierung eines Arbeitsschutz-, Gesundheit- und	2010 – 2013	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Zertifizierung 4 Gesellschaften in 2010 	

Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 und OHSAS 18001		<ul style="list-style-type: none"> 6 weitere in 2011 geplant 	
Förderung einer nachhaltigen Mobilität	2010-2011	<p>Ziel erreicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> Verabschiedung Green Car Policy - Inkraftsetzung für alle deutschen Konzerngesellschaften am 1. April 2010; mit dem Ziel der Reduktion des durchschnittlichen CO₂-Ausstoßes neu eingesteuerter Fahrzeuge auf 110 g CO₂/km bis 2015 Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn seit 15. Februar 2010 klimaneutral Ausweitung des Job-Ticket-Angebots DeTeFleet vom TÜV Rheinland mit Bluefleet-Siegel als CO₂-kontrolliert zertifiziert (neu) 	

☑ Netzwerkinfrastruktur.

Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Kosten- und CO₂-Reduktion durch Steuerung der Energieeffizienz bei Infrastruktur, Anlagen und Lieferprozess.			
(KPI: Energieverbrauch/ Umsatz)			
Weitere Stromverbrauchsreduzierung im Mobilfunknetz	2008 – 2010	<p>Ziel erreicht.</p> <ul style="list-style-type: none"> Signifikante Energieeinsparungen durch Ausstattung von mehr als 8 000 Standorten mit energieeffizienter UMTS-Technik (2009 - 2010) 	
Verbesserung des Klimamanagements in Gebäuden und Rechenzentren	2009 – 2014	<p>Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Climate Change Group bestimmt konkrete neue Reduktionsziele für Immobiliensektor 7 000 Installationen für Air-Conditioning mit neuer Steuerungs-Software mit Einsparpotenzial von 50 GWh pro Jahr (2009 bis 2014) 	
Task Force „Power Off“	Ende 2012	<p>Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Fortführung im Rahmen des Programms Save4Service Deutschland; stromlos Schaltung von Technik mit 12 800 kW bis Ende 2012 	
Projekt DESI (Durchgängig Energiesensible ICT Produktion) und LOLA (Loadaptive Networks und LAN's)	2011 – 2013	<p>Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Senkung des Energieverbrauchs der IKT-Produktion über die gesamte Lieferstrecke 	
Task Force Projekt „Best u. Backup“	2011 – 2012	<p>Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Optimierung Netzgeräte in Multifunktionsgehäusen nach Energieeffizienzaspekten und Backup-Alternativen für unsere ICT Netze zu entwickeln und zu testen. 	
Task Force Projekt „TEMPO“	2011 – 2012	<p>Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Analyse und Optimierung der Betriebstemperaturen für die ICT Technik 	

☑ Nachhaltiges Beschaffungs- und E-Waste-Management.

Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Sicherstellung der Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette zur Reduktion von CR-Risiken und möglichen Imageschäden.			
(KPI : Relation des überprüften Einkaufsvolumens zum Gesamteinkaufsvolumen)			
Entwicklung einer konzernweiten Waste-Strategie	2008 – 2011	<p>Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Koordination der internationalen Handy-Takeback-Aktivitäten (Life-Cycle-Management) Erprobung eines zertifizierbaren Prozesses der Handyrücknahme inklusive Datenlöschung zur Steigerung der Wiederverwendungsquote (ReUse) Rücknahme von ca. 250.000 Handys in 2010 in Deutschland Rücknahme von 1 Mio. Handys bis Ende 2011 in Deutschland 	
Online-Training der Einkäufer zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen	2009 – 2011 (International)	<p>Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Jährliches Review des Trainingsprogramms erfolgt laufend Konzept in 2010 überarbeitet Neues Konzept wird in 2011 für alle Einkäufer ausgerollt 	
Steigerung des Anteils des mit Hilfe von E-TASC und anderen Risiko-Evaluierungsinstrumenten überprüften Einkaufsvolumens (erste Lieferebene)	2009 – 2011	<p>Umsetzung läuft.</p> <ul style="list-style-type: none"> Steigerung des überprüften Einkaufsvolumens in 2010 durch E-TASC und durchgeführte Lieferantenaudits von 36 % (2009) auf 55%. Ziel bis Ende 2011: 70% 	









Weiterentwicklung von Lieferanten durch Abgleich und Sensibilisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen der Telekom in mindestens vier Dialogrunden oder Workshops jährlich	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> „Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day“ in 2010 Internationaler Stakeholder Dialogue Day in China für 2011 geplant (neu) 4 Workshops mit strategisch wichtigen Lieferanten 	
Erhöhung der Anzahl der durchgeführten Lieferantenaudits (Risk Verifications)	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> 4 Audits in 2009 (Ziel erreicht) 26 Audits in 2010 (Ziel erreicht) 80 Audits in 2011 geplant 	
Internationalisierung des Sustainable Supply Chain Managements	2010 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Erweiterung Sustainable Procurement Working Group“ (SWPG) um T-Mobile Netherlands, T-Mobile USA und Einkaufs- und Technologiebüro China; Stärkere Einbindung von Auslandsgesellschaften in 2011 geplant 	
Berücksichtigung von gewichteten Nachhaltigkeitskriterien bei der <u>Auftragsvergabe</u>	2010 - 2011	Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> In 2010 in 5 Ausschreibungen Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien erprobt Etablierung Standardprozess 	

☑ Nachhaltige Produkte, Kundenlösungen und Services.

Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Verbesserung der Nachhaltigkeit des Produktportfolios sowie Stärkung des Vertrauaspektes der Marke Telekom und Verbesserung der Kundenkommunikation.			
(KPI: Nachhaltigkeitsbeitrag von Produkten, Diensten und Lösungen)			
Erhöhung des Wirkungsgrades bei Schaltnetzteilen in Endgeräten auf über 90%	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Steigerung des Wirkungsgrades bei Kleinnetzteilen für ICT Produkte 	
Entwicklung kundenrelevanter Nachhaltigkeitskriterien sowie Kennzahlen für den Ausbau und das Controlling des Portfolios nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen	2009 – 2013	Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Kriterien und Indikatoren mit externen und internen Stakeholdern entwickelt regelmäßige Stakeholder -Fachgespräche Implementation der Kriterien und Indikatoren in produkt- und vertriebsrelevante Prozesse Verankerung eines produktbezogenen Nachhaltigkeitscontrollings Entwicklung einer Kundenguidance Internationalisierung 	
Entwicklung und Umsetzung einer Strategie für den Bereich Products & Innovation zur Verankerung von CR im Produktentwicklungszyklus sowie Innovationsprozess	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Kriterien und Indikatoren in Design Principles des Bereichs Products & Innovation verankert 	
Klimaneutrale Produkte und Dienste	2009 - 2011	Ziel erreicht. <ul style="list-style-type: none"> Reduktion von Kosten und CO₂-Emissionen durch klimaneutrale Telefon- und Webkonferenzen . Entspricht 557 t CO₂ bis Ende 2010 Transparenz und Optimierung des Energieverbrauchs durch klimaneutrale Smart-Metering Plattform. Entspricht 150 t CO₂ bis Ende 2010 Klimaneutrale Download-Portale (Gamesload, Musicload, Softwareload, Videoload) 	

☑ Human Resources – Beschäftigte.


Teilziele	Termin	Stand der Umsetzung/Maßnahmen	
Ziel: Best Place to Work, Best Place to Perform and Grow.			
(KPI: Mitarbeiterzufriedenheit)			
Alle Leitenden Angestellten des Konzerns in Deutschland besuchen regelmäßig die Service Akademie	fortlaufend	Umsetzung läuft seit Dezember 2007. <ul style="list-style-type: none"> Teilnahme von knapp 100 % der Leitenden Angestellten an den Phasen 1 und 2. Beinahe die Hälfte haben bereits Phase 3 absolviert. Vierte Phase befindet sich in Planung 	
Schwerpunktmäßige Einführung von Expertenlaufbahn / Fachkarriere	2009 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Konzernweite Neuauflage des Personalentwicklungsprogramms „Go Ahead!“; 	

		Einbindung von 35 000 Experten	
Frauenquote für mittlere und obere Führungspositionen als erstes DAX-30-Unternehmen	2010 – 2015	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Gezielte Quotierungen entlang der Talentpipeline Begleitender Ausbau von Work-Life z.B. durch Policies und Ausbau Kindertagesstätten 	
Konzernweite Einführung der neuen Leitlinien	2009 – 2011	Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Entwicklung Leitlinien Implementierung zwischen 2009 und 2010 2011: weitere Verankerung 	
Ausbildungsquote	2013	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Quote von 2,9 % p.a. der Konzernbeschäftigten Inland (ohne Vivento und Geschäftsmodelle); tarifvertraglich bis 2013 verlängert 	
Internationale Arbeitnehmerbeziehungen stärken	Fortlaufend	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Einrichtung des Bereichs „Global Employee Relations Management“ (ERM) als zentraler Ansprechpartner in 2010) Einführung und Anwendung „Guideline for the Cooperation with Employee Representatives“ Einführung einer Employee Relation Policy geplant für 2011 	
Neuausrichtung des Ideenmanagements	2008 – 2011	Zieltermin angepasst. Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Zentrale Organisation und konzerneinheitliche Regelung in Deutschland eingeführt Etablierung einer konzernweit einheitlichen web-basierten IT-Plattform „genial@telekom“ Sonderaktion Nachhaltigkeit im Ideenmanagement mit 346 Ideen in 2010 Erweiterung um eine Kommunikationsplattform auf web2.0-Grundlage in 2011 geplant Verzahnung von Synergien zur Ideenentwicklung im Konzern 	
Verbesserung der Gesundheitsquote und Vermeidung von Unfällen (national)	2008 – 2011	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Einführung eines verbesserten elektronischen Unfallmeldesystems (UNDIS) in Deutschland Organisatorische Zusammenführung von Gesundheitsmanagement, Arbeitsschutz und betrieblichen Brandschutz im Bereich Personal Neustrukturierung dezentrale Health & Safety-Organisation 	
Gesundheitsmanagement konzernweit	2010 – 2012	Umsetzung läuft. <ul style="list-style-type: none"> Entwicklung und Umsetzung eines Frühwarncockpits (national) zur psychischen Belastung von Mitarbeitern Ableitung von Handlungsempfehlungen und Monitoring der Maßnahmen Implementierung eines einheitlichen Managementsystems mit Mindeststandards und "Health & Safety Leitfäden" ab 2010 	
Deutschlandstipendien	2015	Ab Sommersemester 2011 Unterstützung des nationalen Stipendiensystems der Bundesregierung - Förderung von 360 Stipendien innerhalb der kommenden vier Jahre	

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > CR-Strategie > Internationalisierung

Internationalisierung.

 Inhalt durch PwC geprüft

Die konzernweite Umsetzung und Ausgestaltung der CR-Strategie ist ein Schlüssel zur CR-Vorreiterrolle des Telekom Konzerns. Wesentliche Voraussetzung für einen erfolgreichen Roll-out der CR-Strategie ist es, trotz unterschiedlicher Reifegrade von CR in den Landesgesellschaften, ein gemeinsames Verständnis für die wesentlichen CR-Themen zu schaffen und gemeinsame Ziele zu definieren.

Ein wichtiger Schritt hierbei ist die Orientierung an den drei strategischen CR-Handlungsfeldern. Diese wurden mittlerweile von der Mehrheit der 16 Landesgesellschaften, die aktuell im CR-Manager-Netzwerk vertreten sind, in ihre lokale Strategie übernommen. Neue gemeinsame Fokusthemen in der internationalen Zusammenarbeit sind die Internationalisierung der neuen Klimaschutzstrategie und Rücknahmeprogramme für nicht mehr genutzte Mobiltelefone.

Im Berichtszeitraum machten die Landesgesellschaften beachtenswerte Fortschritte insbesondere hinsichtlich der Verankerung von CR in den internen Prozessen und Strukturen – trotz Budgetkürzungen, die teilweise im Zuge der Wirtschaftskrise notwendig geworden waren. Ein weiterer Meilenstein im internationalen Roll-out der CR-Strategie war die Verabschiedung der CR Key Performance Indikatoren durch das CR-Manager-Netzwerk.

CR-Roadshows: Stärkung der konzernweiten Zusammenarbeit.

Im Berichtszeitraum setzte der zentrale CR-Bereich die Durchführung sogenannter CR-Roadshows in den internationalen Landesgesellschaften fort. Ziel dieser Veranstaltungen ist es, auf Vorstandsebene der Landesgesellschaften das Bewusstsein für CR zu stärken und auf der operativen Ebene die internationale Zusammenarbeit zu vertiefen.

Im Berichtszeitraum fanden sechs CR-Roadshows statt:

- April 2010: T-Mobile Czech Republic
- Juni 2010: OTE und Cosmote (Griechenland) und T-Mobile USA
- Oktober 2010: PTC (Polen)
- Februar 2011: Makedonski Telekom (EJR Mazedonien)

Für 2011 sind weitere CR-Roadshows geplant:

- Magyar Telekom (Ungarn)
- Crnogorski Telekom (Montenegro)
- T-Systems Iberia (Spanien)

Slovak Telekom: Neue CR-Strategie und CR-Gremium.

Im Jahr 2010 wurde im Rahmen der Integration der Mobilfunkgesellschaft T-Mobile Slovensko in die Slovak Telekom eine neue gemeinsame CR-Strategie erarbeitet, die an der konzernweiten CR-Strategie ausgerichtet ist.

In diesem Zusammenhang wurde im November 2010 ein sogenanntes „CR-Forum“ ins Leben gerufen. Diese Arbeitsgruppe setzt sich aus acht Führungskräften verschiedener Abteilungen und weiteren Mitarbeitern, die für wesentliche CR-Themen verantwortlich sind, zusammen. Das CR-Forum genehmigt und beaufsichtigt die Entwicklung und Implementierung der lokalen CR-Strategie. Seine Mitglieder diskutieren zudem konkrete Ziele und CR KPI und erarbeiten für den Vorstand Vorschläge für entsprechende Maßnahmen.

T-Mobile Czech Republic: CR-Board gegründet.

Im April 2010 führten wir bei der tschechischen Landesgesellschaft die zweite CR-Roadshow durch. Der Fokus lag hierbei auf der Verankerung von CR in den Strukturen und Prozessen des Unternehmens. Dadurch angeregt, beschloss T-Mobile Czech Republic die Etablierung eines CR-Board. Dieses hielt seine konstituierende Sitzung am 22. April 2010 ab. Die Umsetzung der vom Board beschlossenen Maßnahmen wird durch ein Koordinationsteam unterstützt, in dem alle wesentlichen Unternehmensbereiche von T-Mobile Czech Republic vertreten sind.

T-Systems Iberia: Lokale CR-Strategie verabschiedet.

Das CR-Komitee von T-Systems Iberia verabschiedete im April 2010 einen umfassenden „ CR-Masterplan“ für die Jahre 2010 bis 2012. Dieser wurde entwickelt, um die Unternehmensinteressen mit den Erwartungen der verschiedenen Stakeholder-Gruppen in Einklang zu bringen. Der CR-Masterplan sieht beispielsweise die Herausgabe eines eigenen CR-Berichts der spanischen Landesgesellschaft vor.

☑ OTE: Einbindung weiterer Abteilungen in CR-relevante Prozesse.

Im Zuge einer stärkeren Verankerung von CR in den Unternehmensstrukturen erweiterte die griechische OTE 2010 ihr interdisziplinäres CR-Team um zwölf neue Mitglieder aus weiteren Unternehmensbereichen. Sie werden das seit 2006 bestehende Kernteam, das für die Erstellung des CR-Berichts der Landesgesellschaft zuständig ist, maßgeblich unterstützen. Die neuen Mitglieder sind dabei vor allem für die Sammlung der Umweltdaten verantwortlich.

☑ Cosmote Greece: CR-Schulungen für Führungskräfte.

Die griechische Landesgesellschaft Cosmote startete im Berichtszeitraum ein umfassendes internes Schulungsprogramm. Zwischen November und Dezember 2010 nahmen 300 Mitarbeiter des mittleren und höheren Managements an vierstündigen CR-Trainings teil. Im Mittelpunkt der Diskussion standen aktuelle Trends im Bereich CR und deren Bedeutung für Cosmote. Insbesondere wurde die Frage erörtert, wie die Mitarbeiter zukünftig noch stärker in das CR-Engagement eingebunden werden können.

☑ Neue Verantwortlichkeiten für CR geschaffen.

- **T-Mobile USA:** Seit Februar 2010 ist ein Environmental and Sustainability Manager in Vollzeit für alle Unternehmensaktivitäten mit Bezug zu gesellschaftlich relevanten und umweltbezogenen Fragen zuständig.
- **PTC:** Durch die CR-Roadshow im Oktober 2010 angeregt, beschloss der Vorstand der polnischen PTC, die Position eines Vollzeit-CR-Managers zu schaffen.
- **Cosmote Landesgesellschaften:** 2010 etablierten sowohl die bulgarische Landesgesellschaft Globul als auch die albanische Landesgesellschaft AMC im Bereich Corporate Affairs eigene CR-Teams.

☑ Erstmals lokale CR-Berichte in Kroatien und den Niederlanden.

Die kroatische Landesgesellschaft T-Hrvatski Telekom hat im Mai 2011 ihren ersten lokalen CR-Bericht herausgegeben.

T-Mobile Netherlands veröffentlichte ihren ersten lokalen CR-Bericht im August 2010. Der Bericht wurde im gleichen Jahr in den Transparenz-Benchmark des niederländischen Wirtschaftsministeriums aufgenommen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011


Startseite > Strategie und Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren

Key Performance Indikatoren.

 Inhalt durch PwC geprüft

Zur Steuerung unserer CR-Performance nutzen wir seit 2009 konzernweit gültige Kennzahlen – unsere CR Key Performance Indikatoren (CR KPI). Sie dienen als Steuerungsinstrument, das eine systematische, transparente und kontinuierliche Optimierung unserer Leistungen erleichtert.


Aufgrund von Entwicklungen im Konzern und externen Veränderungen haben wir im Berichtszeitraum die CR KPI überprüft und an die geänderten Rahmenbedingungen und Anforderungen angepasst. Hierbei haben wir eine Unterscheidung in konzernweit verpflichtende CR KPI („Mandatory CR KPI“) und zunächst freiwillige CR KPI („Voluntary CR KPI“) vorgenommen.

 Konzernweite Implementierung gestartet.

April 2010: 16 Landesgesellschaften verpflichten sich zur Messung ihrer CR-Performance.

Während der Überarbeitung wurden die CR Key Performance Indikatoren mit Vertretern der internationalen Landesgesellschaften fortlaufend abgestimmt. Final verabschiedet wurden sie beim Meeting des [CR-Manager-Netzwerks](#) am 12. April 2010 in Berlin. Hierbei verpflichteten sich alle vertretenen Landesgesellschaften zur Einführung der Mandatory CR KPI.

Wie die bisherigen CR-Berichtsdaten werden auch die CR KPI über das konzernweite [Datenerfassungstool](#) erhoben. Im Februar 2011 fand die erste Datenerhebung für das Geschäftsjahr 2010 statt. Auf Basis dieser ersten Erhebung werden wir im zweiten Quartal 2011 mithilfe eines Benchmark-Reports die Leistungen aller Landesgesellschaften zu den verpflichtenden CR KPI einander gegenüberstellen. Darauf aufbauend ist im nächsten Schritt die Entwicklung ambitionierter Ziele und Zielgrößen für die Indikatoren geplant.

 Mandatory CR KPI: Konzernweit verbindliche Indikatoren.

Wir haben fünf Indikatoren festgelegt, die für den gesamten Konzern gelten. Diese sind in zwei Kategorien unterteilt: Indikatoren mit konzernweit einheitlichen Zielgrößen und Indikatoren mit landesspezifischen Zielgrößen, die an lokale Gegebenheiten der Landesgesellschaften angepasst sind.

Konzernweit einheitliche Zielgrößen:

- Der CR KPI „[Employee Satisfaction](#)“ ermittelt die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter. Die Messung findet auf Basis der alle zwei Jahre stattfindenden [Mitarbeiterbefragung](#) statt.
- Mit dem CR KPI „[Socially Responsible Investment](#)“ messen wir unsere Fortschritte im Bereich des [nachhaltigen Investments](#). Er gibt den Anteil jener Aktien der Deutschen Telekom AG an, die von Investoren gehalten werden, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt.
- Der CR KPI „[Sustainable Procurement](#)“ misst den Anteil der per Audit und/oder über [E-TASC](#) risikogeprüften Lieferanten am Gesamtbeschaffungsvolumen.

Landesspezifische Zielgrößen:

- Anhand des CR KPI „[CO₂-Emissions](#)“ ermitteln wir die [CO₂-Reduktion](#) bezogen auf das Basisjahr 2008.
- Der CR KPI „[Energy Consumption](#)“, mit dem wir unseren [Energieverbrauch](#) messen, basiert auf dem Monetary Power Efficiency Indicator (MPEI). Dieser weist die Menge an verbrauchter Energie in Bezug zum Umsatz aus.

 Voluntary CR KPI: Freiwillig einzuführende Indikatoren.

Konzerngesellschaften können die Anwendung und Messmethoden für die Voluntary CR KPI frei wählen. Mittelfristig ist geplant, die Messmethoden konzernweit einheitlich festzulegen.

- Mit dem CR KPI „[Social Commitment](#)“ messen wir unser [gesellschaftliches Engagement](#) über die Wahrnehmung der CR-Aktivitäten der Telekom in der Öffentlichkeit. Hierzu führen wir in Deutschland regelmäßig eine Marktforschungsstudie durch.
- Der CR KPI „[Take-Back Mobile Devices](#)“ stellt die [gesammelten Mobilfunkgeräte](#), gemessen in Stückzahl oder dem äquivalenten Wert in Kilogramm der Anzahl der Kunden einer

Konzerngesellschaft gegenüber.

- Anhand des CR KPI „Sustainable Products“ planen wir die Messung der Nachhaltigkeitsperformance unseres Produktportfolios. Der Indikator wird derzeit im Projekt „Nachhaltiges Produktportfolio“ entwickelt.

Im Zuge der 2010 durchgeführten Überprüfung und Anpassung der CR Key Performance Indikatoren haben wir entschieden, den im letzten Bericht angekündigten CR KPI „Mobile PCs“ zur Messung der Anzahl an Mitarbeitern mit mobiler PC-Ausstattung lediglich für die konzerninterne Steuerung weiterzuverfolgen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > CR-Strategie > Organisation und Management

Organisation und Management.

✓ Inhalt durch PwC geprüft

Die Telekom hat eine integrierte Governance-Struktur für CR geschaffen, um eine enge Verzahnung der strategischen Steuerung mit der operativen Umsetzung im gesamten Konzern zu gewährleisten. Durch die organisatorische Anbindung von CR an den Bereich des Vorstandsvorsitzenden stellt die Telekom sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte verbindlich in alle ihre unternehmerischen Tätigkeiten integriert werden.

CR-Governance



▼ CR-Board: Zentrales Governance-Gremium.

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

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

Die breite organisatorische Verankerung gewährleistet, dass die CR-Strategie im Einklang mit der Konzern- und Markenstrategie sowie mit den Konzernwerten steht. Die bereichsübergreifende Zusammenarbeit schafft damit eine wichtige Basis für die konzernweite Integration von CR.

Steuerung der konzernweiten CR-Strategie.

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

Sitzungen des CR-Boards im Berichtszeitraum.

Grundsätzlich trifft sich das CR-Board dreimal im Jahr, um neueste Entwicklungen im Konzern, im gesellschaftlichen Umfeld und auch in den Märkten, in denen die Telekom tätig ist, zu diskutieren. Anlassbezogen können auch weitere Treffen einberufen werden. In den Berichtszeitraum des vorliegenden CR-Berichts fallen zwei Sitzungen.

- Das für Juli 2010 anberaumte Treffen konnte nicht stattfinden, da aufgrund anderweitiger Verpflichtungen der Board-Mitglieder das Quorum nicht erreicht werden konnte. Die Mitglieder erhielten die auf der Tagesordnung vorgesehenen Dokumente und hatten die Möglichkeit, sich in der folgenden Sitzung des CR-Boards darüber auszutauschen.
- Auf der Agenda des CR-Board-Meetings im November 2010 standen aktuelle CR-Themen – darunter Ratings im Bereich Socially Responsible Investment und Maßnahmen für eine nachhaltigere Lieferkette. Des Weiteren wurden die Strategie für das Stakeholder-Management und die Mitarbeit im Global Compact LEAD vorgestellt und diskutiert.

☑ CR-Manager-Netzwerk: Konzernweiter Know-how-Transfer.

Für die operative Umsetzung der CR-Strategie sind die CR-Manager der jeweiligen Geschäftsfelder und Landesgesellschaften verantwortlich. Sie berichten regelmäßig dem zentralen CR-Bereich über ihre Fortschritte und Aktivitäten. Um die konzernweite Zusammenarbeit zu intensivieren, wurde das internationale CR-Manager-Netzwerk ins Leben gerufen.

Kontinuierlich wachsendes internationales Netzwerk.

Zum Ende des Berichtszeitraums wurde T-Systems Slovakia als neues Mitglied in das CR Manager-Netzwerk aufgenommen. Damit gehören dem Gremium aktuell 16 Landesgesellschaften an. Im Rahmen der regelmäßigen Treffen und Telefonkonferenzen tauschen sich die CR-Manager zu aktuellen Themen und Best-Practice-Beispielen aus. Zudem arbeiten die Landesgesellschaften in themenspezifischen Arbeitsgruppen zusammen.

Zwei Treffen im Berichtszeitraum.

Die CR-Manager trafen sich am 12. April 2010 bei T-Mobile Czech Republic in Prag und am 24. November 2010 in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom in Berlin. Im Zuge des Best-Practice-Austauschs diskutierten die Vertreter der Landesgesellschaften unter anderem folgende Themen:

- Rücknahme und Recycling von Mobiltelefonen
- Nachhaltige Produkte
- Implementierung der CR-Strategie in den einzelnen Landesgesellschaften

Sie verpflichteten sich im Rahmen des Treffens zudem zur Einführung der 2010 überarbeiteten CR Key Performance Indikatoren.

☑ Climate Change Group: Expertise im Bereich Klimaschutz.

Nächster Meilenstein: Internationalisierung der Klimaschutzstrategie.

Im Bestreben, ihren Beitrag zu einer klimaschonenden Gesellschaft – einer „Low Carbon Society“ – zu leisten, hat die Telekom im Jahr 2009 die Climate Change Group gegründet. Sie setzt sich aus unternehmensinternen Energie- und Klimaexperten zusammen und bezieht fallweise auch externe Fachleute ein. Die Arbeitsgruppe hat den Auftrag, sowohl den Energiekonsum als auch die CO₂-Emissionen des Konzerns effektiv zu verringern. Hierfür ermitteln die Experten Reduktionspotenziale und entwickeln entsprechende Ziele, Maßnahmen und Key Performance Indikatoren. Im ersten Quartal 2010 hatte die Gruppe ihre konstituierende Sitzung.

Im Berichtszeitraum fokussierte sich die Climate Change Group auf die Überarbeitung der konzernweiten Klimaschutzstrategie. Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen konnte so im September 2010 eine neue, ambitionierte Klimaschutzstrategie für Deutschland verabschiedet werden.

Nächster Meilenstein für die Climate Change Group ist die für 2011 geplante Internationalisierung der Klimaschutzstrategie und die damit verbundene Erarbeitung länderspezifischer Ziele.

☑ CR-Bereich: Konzernweite Koordination und Steuerung.

Für das strategische CR-Management und die CR-Kommunikation ist der zentrale CR-Bereich zuständig. Er koordiniert und steuert die operative Umsetzung der CR-Strategie in allen Geschäftsfeldern und in den internationalen Landesgesellschaften.

Auf Konzernebene nimmt der CR-Bereich eine Schnittstellenfunktion bei der Zusammenarbeit mit allen relevanten Bereichen ein. So führte er beispielsweise im Berichtszeitraum zahlreiche Gespräche mit den wichtigsten Konzerneinheiten, um die CR-Performance gemeinsam weiterzuentwickeln. Eingebunden waren dabei unter anderem

- die Technik Telekom Deutschland,
- das Group Travel Management,
- das Gebäude- und das Flottenmanagement,
- PASM,
- die Deutsche Telekom Laboratories,
- der Einkauf,
- das Markenmanagement,
- Human Resources,
- T-Systems und
- die Deutsche Telekom Stiftung.

☑ CR-Datenmanagement: Steuerung entscheidungsrelevanter Daten.

Das zentrale Instrument zum konzernweiten Management von CR ist die sogenannte CR-Datenbank. Diese webbasierte Software zur Datenerfassung ermöglicht einen transparenten Reportingprozess im gesamten Konzern und schafft Vereinheitlichung und höhere Verbindlichkeit. Alle CR-relevanten Daten und KPI werden in einem mehrstufigen Prozess validiert und schließlich zentral konsolidiert. Das trägt zu einem besseren Verständnis der quantitativen Entwicklung strategischer und operativer CR-Themen bei

und erleichtert das Monitoring von Zielabweichungen. Auch konzerninterne Vergleiche („Benchmarks“) werden dadurch möglich.

Weiterentwicklung der zentralen CR-Datenbank.

Die CR-Datenbank befindet sich derzeit noch in der Entwicklungsphase. Erstmals eingesetzt wurde sie zur Datenerfassung für den letzten CR-Bericht. Nach Abschluss dieser ersten Phase leiteten wir einen Feedbackprozess ein, in dem wir Rückmeldungen von etlichen Beteiligten erhielten. Darauf aufbauend starteten wir einen Optimierungsprozess. Hierin wurden besonders die Bedürfnisse der Landesgesellschaften stärker berücksichtigt und die notwendigen Prozessschritte in der Datenerfassung reduziert. Wir werden den Feedback- und Review-Prozess auch nach der Datenerfassung für den vorliegenden CR-Bericht wiederholen, um weitere Optimierungspotenziale zu realisieren.

CR-Controlling im Aufbau.

Um die Leitung des CR-Bereiches bei relevanten Entscheidungsprozessen zu unterstützen, strebt die Telekom den Aufbau eines CR Controllings an. Chancen und Risiken für Reputation, Kosten und Ertrag können mit seiner Unterstützung frühzeitig erkannt und gehandhabt werden. Als Voraussetzung für ein funktionierendes CR Controlling müssen zunächst die relevanten Treiber und strategischen Zielgrößen definiert werden.

Die Festlegung der CR Key Performance Indikatoren ist hier, zusammen mit der Integration der CR KPI in die CR-Datenbank, eine notwendige Grundlage. Anfang 2011 konnten so erstmalig alle hierfür relevanten Daten für den vorliegenden Bericht gesammelt werden. Auf Basis dieser ersten Erhebung, einschließlich Analyse und Interpretation, werden wir 2011 konkrete Zielwerte für die Indikatoren festlegen und damit einen wichtigen Grundstein für ein zentrales CR-Controlling legen.

Stakeholder-Management.

✓ Inhalt durch PwC geprüft

Die Gestaltung der Wechselbeziehungen mit unseren Stakeholdern ist eine der wichtigsten Aufgaben unseres CR-Managements. Denn die Kenntnis von deren Interessen und Anforderungen birgt große Chancen für unser Unternehmen. Zum einen ermöglicht uns ein gezieltes Stakeholder-Management, Risiken frühzeitig wahrzunehmen und unsere Aktivitäten und Maßnahmen nach diesen auszurichten. Andererseits nutzen wir den Austausch mit unseren Stakeholdern, um auch Trends und gesellschaftliche Entwicklungen frühzeitig zu erkennen und diese systematisch bei der Weiterentwicklung unseres CR-Engagements zu berücksichtigen. Gleichzeitig helfen uns die Wechselbeziehungen auch, das Verständnis unserer Stakeholder für unsere Anliegen und Aktivitäten zu vertiefen sowie Netzwerke aufzubauen und zu pflegen.

Der offene und vertrauensvolle Austausch mit unseren Stakeholdern ist daher als wesentliches Ziel in der CR-Strategie und im CR-Programm verankert. Die Interaktion unseres Unternehmens mit den Stakeholdern zu Fragen mit Bezug zu CR koordiniert der zentrale CR-Bereich. Er dient als Ansprechpartner für die Stakeholder des Unternehmens und bearbeitet eingehende Anfragen in Abstimmung mit Experten aus den Fachabteilungen. Die operative Umsetzung leistet der CR-Bereich ebenfalls gemeinsam mit den Fachbereichen im Konzern.

Um die Grundlage für eine konzernweit konsistente Stakeholder-Managementpraxis zu schaffen, wird derzeit eine Stakeholder-Engagement-Strategie entwickelt, die sich an den drei AA1000-Grundsätzen Materiality, Inclusivity und Responsiveness orientiert.

Die wesentlichen Stakeholder der Telekom.

Grundvoraussetzung für ein systematisches Stakeholder-Management ist die Kenntnis über die relevanten Anspruchsgruppen und ihrer jeweiligen Bedeutung für das Unternehmen. Ausgehend von den Kriterien „strategische Bedeutung“ sowie „Nähe zum Unternehmen und Kerngeschäft“ haben wir die für die Telekom relevanten Stakeholder-Gruppen ermittelt:



Die Bedeutung der jeweiligen Stakeholder-Gruppe für die Telekom hängt auch maßgeblich von den wesentlichen CR-Themen unseres Unternehmens ab. Diese identifizieren wir unter Einbindung interner und externer Stakeholder. Aus der Liste der wesentlichen CR-Themen lassen sich die relevanten

Stakeholder-Gruppen ableiten, die an dem jeweiligen Thema besonders interessiert und/oder von diesem in besonderer Weise betroffen sind.

Die Telekom betreibt eine Vielzahl von Aktivitäten für und mit diesen Stakeholder-Gruppen. Eine kontinuierliche Analyse unserer Stakeholder-Gruppen ermöglicht es uns dabei, unsere Aktivitäten auf die jeweiligen Anforderungen und Erwartungen der betrachteten Stakeholder-Gruppe abzustimmen – und entsprechend unserer eigenen Bedürfnisse zu gestalten. Je nachdem wie intensiv die Stakeholder in unternehmerische Entscheidungen und Prozesse einbezogen werden, unterscheiden wir dabei drei Formen der Interaktion: Stakeholder-Kommunikation, -Dialog und -Engagement.

Die drei Formen der Interaktion mit unseren Stakeholdern.

- **Stakeholder-Kommunikation:** Im Mittelpunkt unserer Stakeholder-Kommunikationsaktivitäten steht die transparente und umfassende Information über unsere CR-Aktivitäten und Fortschritte. Hierzu nutzen wir beispielsweise unsere jährliche CR-Berichterstattung oder veranstalten Presseterminale für Medienvertreter sowie Roadshows zur Kommunikation mit unseren Aktionären.
- **Stakeholder-Dialog:** Wir nutzen den Dialog mit unseren Stakeholdern um uns an gesellschaftlichen Diskussionen aktiv zu beteiligen, die Perspektiven Außenstehender besser zu verstehen und zugleich Verständnis für unsere eigenen Anliegen zu schaffen. Im Rahmen von Befragungen, Multistakeholder-Foren oder Mitgliedschaften tauschen wir regelmäßig Informationen, Sichtweisen und Meinungen über Themen aus, die für uns und zugleich unsere Stakeholder von besonderem Interesse sind.
- Als **Stakeholder-Engagement** bezeichnen wir die intensivste Form der Interaktion mit unseren Anspruchsgruppen. Wir treten dabei mit unseren Stakeholdern zu ausgewählten Themen in einen partnerschaftlichen Austausch mit dem Ziel, diese mit ihren Sichtweisen und Interessen in unsere unternehmerischen Entscheidungsprozesse systematisch und längerfristig einzubeziehen. Dieser ambitionierte Ansatz wird zukünftig den Schwerpunkt unseres strategischen **Stakeholder-Managements** bilden. Bereits heute verfolgen wir diesen Ansatz erfolgreich in einigen **Projekten**.

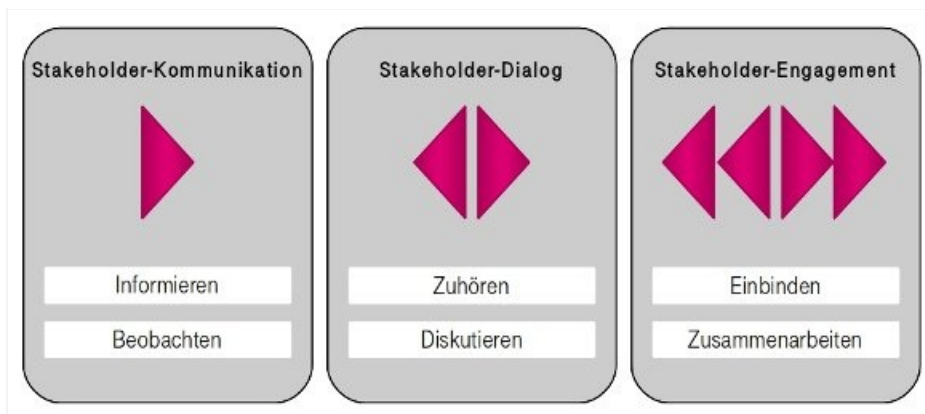


Abbildung: Interaktionsformen mit unseren Stakeholdern.

Entwicklung einer Stakeholder-Engagement-Strategie gestartet.

Die systematische Einbindung relevanter Stakeholder-Gruppen gewinnt für die Telekom angesichts immer komplexerer gesellschaftlicher Herausforderungen zunehmend an Bedeutung. Vor diesem Hintergrund haben wir im Berichtszeitraum mit der Entwicklung einer Stakeholder-Engagement-Strategie begonnen, die sich an den drei Prinzipien Materiality, Inclusivity und Responsiveness orientiert. Damit soll ein zielgerichteter Handlungsrahmen für die Umsetzung von Stakeholder-Engagement-Aktivitäten im Konzern geschaffen werden. Dazu gehört unter anderem die Weiterentwicklung bestehender Prozesse zur Bestimmung relevanter Stakeholder und wesentlicher **CR-Themen**. Ebenso gilt es, bisherige Dokumentationsformen für die Interaktion mit unseren Stakeholdern weiterzuentwickeln, um die Erkenntnisse aus vergangenen Aktivitäten gezielter nutzen zu können. Ein weiteres wichtiges Element ist die im Berichtszeitraum angestoßene Erstellung einer Stakeholder-Datenbank, die eine zielgerichtete Einbindung relevanter Stakeholder-Gruppen zukünftig vereinfachen soll. Die Stakeholder-Engagement-Strategie wird unter Mitwirkung relevanter Fachbereiche sowie ausgewählter externer Stakeholder entwickelt. So wird ihnen die Möglichkeit eingeräumt, die Stakeholder-Engagement-Strategie aktiv mitzuprägen.

Als Gradmesser der Strategie dient der **internationale Standard AA 1000**. Als weiteren Bezugspunkt nutzen wir die **ISO 26000-Norm** zur gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > Stakeholder-Management > Stakeholder-Kommunikation

Stakeholder-Kommunikation.

 Inhalt durch PwC geprüft

Relevante Stakeholder-Gruppen werden von der Telekom transparent und umfassend über das CR-Engagement beziehungsweise die Aktivitäten des Konzerns in den Bereichen nachhaltige Entwicklung und verantwortungsvolle Unternehmensführung informiert. Wie die nachfolgende Tabelle verdeutlicht, richten wir uns mit unserer Kommunikation sowohl an eine breite Öffentlichkeit als auch gezielt an ausgewählte Stakeholder-Gruppen wie Mitarbeiter, Analysten oder Medienvertreter und decken dabei ein breites Themenspektrum ab.

Ausgewählte Aktivitäten im Bereich Stakeholder-Kommunikation

www.telekom.com/verantwortung.

Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Internetauftritt der Deutschen Telekom AG zum Themenkomplex Nachhaltigkeit und Verantwortung
Weiterführende Informationen:	Neuer Webauftritt noch nutzerfreundlicher. Mit der Website www.telekom.com/verantwortung wollen wir nicht nur CR-Experten, sondern auch der breiten Öffentlichkeit das CR-Engagement der Telekom näher bringen. Daher richten wir bei der derzeitigen Überarbeitung des Internetauftritts unser Augenmerk auf eine noch verständlichere Aufbereitung und noch nutzerfreundlichere Gestaltung der Inhalte. Folgende Themen werden im Mittelpunkt des neuen, schlankeren Auftritts stehen: <ul style="list-style-type: none">■ Klima und Umwelt■ Gesellschaftliche Verantwortung■ CR-Strategie & Management■ Nachhaltige Produkte

CR-Berichterstattung.

Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Information über Fortschritte der Deutschen Telekom zu CR-relevanten Themen im jeweiligen Berichtszeitraum
Weiterführende Informationen:	Übersicht über alle CR-Berichte der Deutschen Telekom

Messeauftritte.

Stakeholder-Gruppe:	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter Lieferanten Wirtschaft und deren Vertreter Analysten, Investoren und deren Vertreter
Beschreibung:	Information der Messebesucher über die CR-Aktivitäten der Telekom
Weiterführende Informationen:	<ul style="list-style-type: none">■ SRI-Roadshows■ CeBIT 2011: Vorstellung des CR-Engagements. Wie bereits in den Vorjahren stand auch im März 2011 der Auftritt auf der weltweit größten ICT-Messe CeBIT in Hannover im Zentrum unserer Stakeholder-Kommunikation. Die Experten des CR-Bereichs stellten den Messebesuchern das gesamte CR-Engagement des Konzerns vor. In diesem Jahr lag der Schwerpunkt unseres Messeauftritts auf den konzernweiten Klimaschutzaktivitäten: Vorgestellt wurden sowohl die neuen Klimaschutzziele als auch verschiedene Initiativen und Projekte zu deren Umsetzung. Daneben unterstützten wir auf der Messe eine Initiative des Branchenverbands Bitkom zum Thema Handyrücknahme.

Pressetermine.

Stakeholder-Gruppe:	Medien
Beschreibung:	Information über aktuelle Entwicklungen unseres CR-Engagements

Nachhaltigkeitsoffensive.

Stakeholder-Gruppe:	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter
Beschreibung:	Kommunikationsoffensive der Deutschen Telekom unter dem Motto „Große Veränderungen fangen klein an“
Weiterführende Informationen:	Nachhaltigkeitsoffensive: Bewussten Konsum anregen. Seit Herbst 2009 setzen wir im Rahmen der auf mehrere Jahre angelegten Nachhaltigkeitsoffensive „ <u>Große Veränderungen fangen klein an</u> “ Impulse für nachhaltiges Verbraucherverhalten: Mit dem <u>Internetauftritt</u> , Werbespots und Anzeigen wollen wir den Verbrauchern den Mehrwert von nachhaltigem Konsum vermitteln. Wir geben konkrete Anregungen, wie jeder Einzelne mit geringem Aufwand kleine – und in der Summe letztlich doch bedeutende – Beiträge zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten kann. Das Thema CR bleibt somit nicht einem ausgewählten Fachpublikum vorbehalten, sondern wird einem breiten Publikum zugänglich gemacht.

CR-eLearning-Tool im Intranet.

Stakeholder-Gruppe:	Mitarbeiter
Beschreibung:	Interaktive Plattform zum CR-Verständnis der Telekom mit konkreten Tipps für die Integration von Nachhaltigkeit im Berufsalltag


Internationaler Tag der Umwelt.

Stakeholder-Gruppe:	Mitarbeiter, potenzielle Mitarbeiter und deren Vertreter Kommunen und deren Vertreter
Beschreibung:	Informationsveranstaltung rund um die Themen Umweltschutz, Gesundheit und Mobilität
Weiterführende Informationen:	Unterstützung des <u>Internationalen Tags der Umwelt</u> .

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011


Startseite > Strategie und Management > Stakeholder-Management > Stakeholder-Dialoge

Stakeholder-Dialoge.

 Inhalt durch PwC geprüft

Den Dialog mit unseren Stakeholdern führen wir ebenfalls auf unterschiedlichen Ebenen: Regelmäßig laden wir einerseits Vertreter wichtiger Anspruchsgruppen zu Dialogforen ein und beteiligen uns andererseits an extern organisierten Veranstaltungen. Über Mitgliedschaften bringen wir uns in Diskussionsprozesse ein und arbeiten in internationalen Gremien mit. Zudem führen wir regelmäßig Befragungen durch, um die Qualität unserer Stakeholder-Beziehungen zu erfassen. Auch im Internet stehen unseren Stakeholdern verschiedene Kanäle offen, um mit uns in Kontakt zu treten.

Ausgewählte Aktivitäten im Bereich Stakeholder-Dialoge.

 Multistakeholder-Foren der Telekom.	
Zweiter internationaler „Corporate Responsibility (CR) Day“.	
Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Jährlich stattfindende Multistakeholder-Veranstaltung mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten
Weiterführende Informationen:	<p>„CR Day“ in Berlin für breite Öffentlichkeit zugänglich. Am 23. November 2010 veranstalteten wir unter dem Motto „Vorangehen mit Verantwortung“ in Berlin den zweiten internationalen „Corporate Responsibility (CR) Day“. Rund 180 Vertreter aus Politik, Medien, Wirtschaftsverbänden, NGOs und wissenschaftlichen Institutionen folgten unserer Einladung. Vorträge von René Obermann und des Bestseller-Autors Frank Schätzing gaben zum Veranstaltungsauftritt Impulse für eine angeregte Publikumsdiskussion. Anschließend wurden in zwei Foren die Themen „Integration der Menschen in die Gigabit-Gesellschaft“ sowie „Verantwortung für nachhaltigen Konsum“ erörtert.</p> <p>Live-Übertragung im Internet. Die diesjährige Veranstaltung zeichnete sich besonders durch die Öffnung für ein breites Publikum aus: Dieses konnte sich im Zuge einer <u>Live-Übertragung</u> auf der Utopia-Website an den Diskussionen beteiligen.</p> <p>Klimaneutralstellung. Um die Umweltauswirkungen dieser Veranstaltung zu minimieren, ließen wir die CO₂-Emissionen des „CR Day“ durch Investitionen in ein <u>Klimaschutzprojekt vollständig kompensieren</u>.</p>
Dritter „Sustainability Day“ von Magyar Telekom.	
Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Nachhaltigkeitstag der ungarischen Landesgesellschaft Magyar Telekom zur Förderung eines verantwortungsvollen Verhaltens und nachhaltigen Lebensstils
Weiterführende Informationen:	<p>Magyar Telekom: Konferenz für mehr Nachhaltigkeit . Die ungarische Landesgesellschaft veranstaltete am 25. September 2010 den dritten „Sustainability Day“ in Budapest. Ziel dieses Veranstaltungsformats ist es, mithilfe von Diskussionsrunden, Präsentationen und Ausstellungen sowie Konzerten für junge Menschen das Bewusstsein der Öffentlichkeit für einen nachhaltigen Lebensstil zu fördern. Bei dem diesjährigen „Sustainability Day“ wurde sowohl über das Potenzial einer Harmonisierung von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten der Nachhaltigkeit als auch über Grenzen in der praktischen Umsetzung diskutiert. Auch die Durchführung der Veranstaltung erfolgte unter Nachhaltigkeitsaspekten, beispielsweise durch die Unterstützung einer autofreien Anreise. Mit rund 1 200 Gästen konnte Magyar Telekom mit dem dritten „Sustainability Day“ fast doppelt so viele Interessierte wie im Vorjahr erreichen. Im Rahmen der Veranstaltung wurde auch die neue Nachhaltigkeitskampagne „ <u>Hello holnap!</u>“ gestartet.</p>
Dritte Konferenz „Growing through Knowledge“ von T-Hrvatski Telekom.	
Stakeholder-Gruppe:	Wirtschaft und deren Vertreter Politik und Regulierer Wissenschaft, Forschung und Bildung
Beschreibung:	Jährliche Konferenz der kroatischen Landesgesellschaft Hrvatski Telekom zur Förderung des Wissensaustauschs
Weiterführende Informationen:	<p>T-Hrvatski Telekom: Visionen vermitteln – Innovation fördern. Am 28. September 2010 fand in Zagreb die dritte Konferenz „Growing through Knowledge“ der T-Hrvatski Telekom statt. Ziel der jährlichen Konferenz der kroatischen Landesgesellschaft ist es, den Wissensaustausch zu fördern. Rund 600 Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft verfolgten den Vortrag des renommierten Ökonomen Jeremy Rifkin über</p>

dessen Vision einer von Empathie getragenen Zukunft der menschlichen Gesellschaft. Ein weiterer Referent, Nicholas Christakis, sprach über den Einfluss sozialer Netzwerke auf den Alltag der Menschen. Im Anschluss an die Vorträge diskutierten die Vortragenden mit dem Publikum.

„Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day“.

Stakeholder-Gruppe:	Lieferanten
Beschreibung:	Jährlich stattfindende Multistakeholder-Veranstaltung zum Thema Supply Chain Management
Weiterführende Informationen:	Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day

☑ Dialoge im Rahmen von externen Veranstaltungen.

Teilnahme an der Utopia-Konferenz.

Stakeholder-Gruppe:	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter NGOs und Interessengruppen Wirtschaft und deren Vertreter Medien Wissenschaft, Forschung und Bildung
Beschreibung:	Jährlich stattfindende, von der Utopia AG organisierte Konferenz zur Vernetzung von Ideen und Impulsen unterschiedlicher Stakeholder-Gruppen sowie Entwicklung neuer Lösungsansätze für Umwelt- und Klimaschutz und eine soziale Gesellschaft
Weiterführende Informationen:	Im offenen Austausch mit „Utopisten“

CSR-Konferenz der Berliner Humboldt-Universität.

Stakeholder-Gruppe:	Wissenschaft, Forschung und Bildung Politik und Regulierer NGOs und Interessengruppen Wirtschaft und deren Vertreter
Beschreibung:	Alle zwei Jahre stattfindende Konferenz zum Thema Gesellschaftliche Verantwortung
Weiterführende Informationen:	Teilnahme an der 4. CSR-Konferenz der Berliner Humboldt-Universität. Rund 600 Teilnehmer diskutierten vom 22. bis 24. September 2010 auf der 4. CSR-Konferenz der Berliner Humboldt-Universität über die Frage, wie Unternehmen, Politik und Zivilgesellschaft die Herausforderungen der Globalisierung nach der Wirtschaftskrise meistern können. Vertreter der Telekom beteiligten sich dabei in mehreren Foren an der Diskussion. Die Telekom unterstützte die Konferenz zudem als Sponsor und leistete mit einem Informationsstand Aufklärungsarbeit zum Thema Handyrücknahme .

Beispiele aus den Landesgesellschaften.

Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Teilnahme der Landesgesellschaften an lokalen Dialogveranstaltungen zu diversen Themen
Weiterführende Informationen:	Spanien: Teilnahme am Sustainability Day in Barcelona. Am 25. März 2010 beteiligte sich T-Systems Iberia am „Sustainability Day“ der Handelsorganisation Asociación de Empresas e Instituciones del área de negocios 22@. Vertreter der spanischen Landesgesellschaft sind im Umwelt- und Nachhaltigkeitskomitee der Handelsorganisation aktiv. Polen: Dialoge zu Green ICT. Die polnische Landesgesellschaft präsentierte und diskutierte ihre Aktivitäten bezüglich Green ICT auf zwei Expertenkonferenzen: <ul style="list-style-type: none"> ■ „Investment Barriers for Construction of Mobile Network in Health Resorts“ ■ „The Second Polish and European Energy Security Conference“ Österreich: Mitarbeit bei respACT. Seit 2010 ist T-Systems Austria Mitglied von respACT (Austrian Business Council for Sustainable Development). In diesem Rahmen baut das Unternehmen seinen Dialog mit NGOs aus und ist beispielsweise in einer Arbeitsgruppe zum Thema Diversity aktiv. Im Berichtszeitraum beteiligte sich T-Systems Austria aktiv an zwei Veranstaltungen in Wien: <ul style="list-style-type: none"> ■ „Marktplatz der guten Geschäfte“ am 26. Januar 2011 ■ „Social Business Day“, am 23. März 2011

☑ Online-Dialoge und soziale Netzwerke.

CR-Day 2010 mit öffentlicher Beteiligung - rund 700 Diskussionsbeiträge über das Internet.

utopia.de.	
Stakeholder-Gruppe:	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter NGOs und Interessengruppen
Beschreibung:	Größte Online-Plattform für nachhaltigen Konsum im deutschsprachigen Raum Seit Oktober 2009 präsentiert die Telekom hier in einem eigenen Unternehmensprofil aktuelle Informationen zu ihren CR-Aktivitäten und bietet verschiedene Dialogmöglichkeiten an.
Weiterführende Informationen:	<p>Im offenen Austausch mit „Utopisten“.</p> <p>Im Berichtszeitraum beschritt die Deutsche Telekom in der öffentlichen Diskussion mit kritischen Stakeholdern neue Wege: Über ein eigenes Unternehmensprofil auf Utopia, der größten Online-Plattform für nachhaltigen Konsum im deutschsprachigen Raum, bietet sie den Nutzern der Plattform die Möglichkeit, mit Vertretern der Telekom über die Nachhaltigkeit ihrer Maßnahmen zu diskutieren. So standen der Vorstandsvorsitzende der Telekom, René Obermann und Dr. Ignacio Campino, Beauftragter des Vorstands für Nachhaltigkeit und Klimaschutz, den Utopisten in Live-Chats Rede und Antwort.</p> <p>Darüber hinaus stellte sich René Obermann auf der live im Internet übertragenen Utopia-Konferenz am 28. und 29. Oktober 2010 den Fragen der Teilnehmer.</p> <p>Durch unser Engagement auf Utopia.de bekräftigen wir auch das Bekenntnis der Telekom zu den Prinzipien des Changemaker-Manifests von Utopia, das René Obermann am 22. April 2010 unterzeichnete. Darin verpflichten wir uns zur Einhaltung von zehn Commitments, ergänzt um konkrete Ziele und Maßnahmen zu Themen wie Abfallvermeidung, Klimaschutz oder soziale Verantwortung. Die Telekom führt als erstes DAX-Unternehmen die Riege der derzeit zwölf Changemaker (Stand: 19. Mai 2011) an. Im Mai 2011 haben wir begonnen, unsere Fortschritte als Changemaker auf Utopia zu kommunizieren. Dazu haben wir unser Unternehmensprofil auf dem Internetportal überarbeitet und dieses exklusiv auf die Inhalte des Manifests fokussiert.</p> <p>Download: Changemaker Manifest</p> <p>Livestream des „CR Day“ auf utopia.de.</p> <p>Der CR Day 2010 der Telekom zeichnete sich besonders durch seine Öffnung für ein breites Publikum aus: Dieses konnte sich im Zuge einer Live-Übertragung auf www.utopia.de an den Diskussionen beteiligen. Rund 700 Beiträge gingen über die Kommentarfunktion und über Twitter ein. Co-Moderatoren wählten daraus zahlreiche Äußerungen und Fragen aus und brachten sie in die Diskussion vor Ort in Berlin ein. Die Live-Berichterstattung in englischer und deutscher Sprache verfolgten mehr als 3 000 Internetnutzer.</p>
Kundendienst über Twitter und Facebook.	
Stakeholder-Gruppe:	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter
Beschreibung:	Mitarbeiter der Telekom beantworten Kundenfragen über soziale Netzwerke
Weiterführende Informationen:	„Telekom hilft“ – Pilotprojekt auf Twitter „Telekom hilft“ – auch auf Facebook


☑ Befragungen.

Feedbacktool zum CR-Bericht.	
Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Für die Leser des CR-Berichts besteht über ein elektronisches Feedbacktool die Möglichkeit, Rückmeldungen über ihre Eindrücke von dem Bericht zu geben sowie Verbesserungsvorschläge zu machen
Weiterführende Informationen:	Feedback und Verbesserungsvorschläge zum aktuellen CR-Bericht
Marktforschung.	
Stakeholder-Gruppe:	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter
Beschreibung:	Regelmäßige Befragung zur Wahrnehmung und Bewertung der CR-Aktivitäten der Deutschen Telekom in der breiten Bevölkerung
Mitarbeiterbefragung.	

Stakeholder-Gruppe:	Mitarbeiter
Beschreibung:	Regelmäßige Befragung zur Wahrnehmung der CR-Aktivitäten der Deutschen Telekom bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Konzerns
Weiterführende Informationen:	Mitarbeiterbefragung

☑ Übersicht über ausgewählte Mitgliedschaften, Kooperationen und Beteiligungen.

Als einziges deutsches Unternehmen im Lenkungsausschuss des Global Compact LEAD vertreten.

UN Global Compact.	
Stakeholder-Gruppe:	NGOs und Interessengruppen Politik und Regulierer Wirtschaft und deren Vertreter
Beschreibung:	<p>Als Gründungsmitglied des UN Global Compact setzt sich die Telekom bereits seit Jahren für die weltweite Durchsetzung der zehn Prinzipien des Global Compact ein und legt diese ihrem Handeln zugrunde. Auch mehrere Landesgesellschaften bekennen sich im Rahmen einer eigenen Mitgliedschaft zu den zehn Prinzipien:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Magyar Telekom (Ungarn) ■ OTE (Griechenland) ■ Cosmote Greece (Griechenland) ■ T-Hrvatski Telekom (Kroatien) ■ Crnogorski Telekom (Montenegro)
Weiterführende Informationen:	<p>Telekom ist Mitbegründerin der LEAD-Initiative des UN Global Compact .</p> <p>Die Deutsche Telekom war im Berichtszeitraum Mitinitiatorin des Global Compact LEAD . Diese neue Plattform für Corporate Sustainability Leadership wurde im Januar 2011 offiziell vorgestellt. Das Global Compact Office hatte besonders engagierte Mitglieder des UN Global Compact eingeladen, sich an dieser neuen Leadership-Plattform zu beteiligen. Global Compact LEAD setzt sich aus 56 multinationalen Unternehmen aus den unterschiedlichsten Branchen und Regionen zusammen. Ziel der Plattform ist es, weitere Fortschritte im Bereich Umwelt, Soziales und Governance zu erzielen und <u>neue Maßstäbe für CR</u> zu setzen. Die Telekom ist als einziges deutsches Unternehmen im Lenkungsausschuss von Global Compact LEAD vertreten.</p> <p>Im Zuge der LEAD-Mitgliedschaft verpflichtet sich nicht nur wie bisher der Vorstandsvorsitzende öffentlich zur Einhaltung der zehn Prinzipien des Global Compact. Im März 2011 verabschiedete der gesammelte Konzernvorstand erstmals ein umfassendes Vorstands-Commitment. In diesem Rahmen übernahmen auch alle Vorstände entsprechend ihren Verantwortlichkeiten Themenpatenschaften für die verschiedenen Prinzipien des Global Compact.</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Mitarbeit im Deutschen Global Compact Netzwerk.</p> <p>Die Telekom ist im Lenkungskreis des Deutschen Global Compact Netzwerks (DGCN) aktiv. Das DGCN unterstützt Global-Compact-Mitglieder in Deutschland bei der Umsetzung der zehn Prinzipien. Das gemeinsame Lernen mit Stakeholdern aus Gesellschaft, Verwaltung und Forschung sowie offene Diskussionen in einer vertraulichen Atmosphäre stehen im Vordergrund der Arbeit des DGCN.</p> <p>Global Compact Fortschrittsbericht</p>

Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft.	
Stakeholder-Gruppe:	Wirtschaft und deren Vertreter
Beschreibung:	Initiative deutscher Unternehmer, die gemeinsam mit dem Wittenberg Zentrum für Globale Ethik ein Leitbild erarbeitet haben. Die Unterzeichner verpflichten sich zu einer sowohl erfolgs- als auch werteorientierten Führung im Sinne der Sozialen Marktwirtschaft.
Weiterführende Informationen:	Im November 2010 wurde das „ Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft „, das von Unternehmen unter Moderation des Wittenberg-Zentrums für Globale Ethik entwickelt worden war, der Öffentlichkeit vorgestellt. Der Vorstandsvorsitzende René Obermann und Thomas Sattelberger, Vorstandsmitglied Personal Deutsche Telekom AG,

zählten zu den Erstunterzeichnern des Leitbilds und verpflichteten sich damit persönlich zu einer erfolgs- und wertorientierten Unternehmensführung.

Mit der Initiative wollen die Unterzeichner dem Vertrauensverlust vieler Bürger in Manager, Unternehmen und Wirtschaftssystem entgegenwirken und sich dabei auch Konfliktthemen, wie z.B. Managervergütungen oder Regelverletzungen stellen. Im Oktober 2011 wird die Deutsche Telekom in Kooperation mit dem Wittenberg-Zentrum einen unternehmensübergreifenden Dialog veranstalten.

Wirtschafts- und Branchenverbände.	
American Chamber of Commerce Germany	Deutsche Telekom AG
Association of Greek Companies (S.E.V.)	Cosmote Greece OTE
Association of ICT Companies in Greece (S.E.P.E.)	Cosmote Greece OTE
BDA (Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände)	Deutsche Telekom AG
Branchenverband Bitkom	Deutsche Telekom AG
Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e. V.	Deutsche Telekom AG
Czech Association of Mobile Network Providers (APMS)	T-Mobile Czech Republic
DIHK (Deutscher Industrie- und Handelskammertag)	Deutsche Telekom AG
European Association of Mobile Communication Services (GSM-Europe)	Cosmote Greece
European Telecommunication Standards Institute (ETSI)	Deutsche Telekom AG Cosmote Greece OTE T-Hrvatski Telekom
European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO)	Deutsche Telekom AG Magyar Telekom OTE Slovak Telekom T-Hrvatski Telekom
Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. (econsense)	Deutsche Telekom AG
GSM Association (GSMA)	Alle Mobilfunktochtergesellschaften der Deutschen Telekom AG
Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE)	T-Hrvatski Telekom
International Chamber of Commerce (ICC)	Deutsche Telekom AG
International Telecommunication Union (ITU)	Deutsche Telekom AG OTE Slovak Telekom
Mediterranean Cable Maintenance Agreement (MECMA)	T-Hrvatski Telekom
Mobile Communication Association of Croatia (UPKH)	T-Hrvatski Telekom
Mobile Operators Association (EEKT)	Cosmote Greece
Austria Wirtschaftsservice GmbH	T-Systems Austria
UMTS Forum	T-Hrvatski Telekom
Wirtschaftsverband BDI (Bundesverband der Deutschen Industrie e. V.)	Deutsche Telekom AG
World Economic Forum (WEF)	Deutsche Telekom AG
Nachhaltigkeit und CR.	
Business for the Society	T-Mobile Czech Republic
Business in the Community (BITC)	OTE
Business Leaders Forum Slovakia	Slovak Telekom
Business Leadership Forum of Macedonia	Makedonski Telekom
CEE Responsible Investment Universe (CEERIUS)	T-Hrvatski Telekom
Coordination Committee of the Local UN Global Compact Initiative	Crnogorski Telekom

Corporate Donor Club	Slovak Telekom
Corporate Responsibility Institute	OTE
Croatian Business Council for Sustainable Development (HR PSOR)	T- Hrvatski Telekom
Donator Club	T-Mobile Czech Republic
Global Reporting Initiative	OTE
Griechisches Netzwerk für Corporate Social Responsibility	Cosmote Greece OTE
HBLF (Hungarian Business Leaders Forum)	Magyar Telekom
RespACT – Austrian Business Council for Sustainable Development	T-Systems Austria
Sustainable Development Committee of the Association of Greek Companies (S.E.V.)	OTE
Klima- und Umweltschutz.	
B.A.U.M. e. V.	Deutsche Telekom AG
Carbon Disclosure Project	OTE
EU Corporate Leaders Group on Climate Change	Deutsche Telekom AG
Global e-Sustainability Initiative (GeSI)	Deutsche Telekom AG Cosmote Greece OTE
ICT-Arbeitsgruppe des griechischen Ministeriums für Infrastruktur, Transport und Netzwerke	Cosmote Greece OTE
Initiative 2° - Deutsche Unternehmer für Klimaschutz	Deutsche Telekom AG
Initiative zur Förderung umwelt- und klimaschonender IT ("Green Dynamics")	T-Systems Austria
Pontis Foundation (Mitglied der Gruppe Klimawandel)	Slovak Telekom
Slovak Electronic Waste Agency	Slovak Telekom
Sustainable Leadership Forum	Deutsche Telekom AG
WWF Österreich	T-Mobile Austria
Mobilfunk und Gesundheit.	
Ausgewählte Mitgliedschaften und Trägerschaften	
Czech Operator Association	T-Mobile Czech Republic
Forum Mobilkommunikation	T-Mobile Austria
GSM Association's Web Portal on 'Health & Environment'	Telekom Deutschland GmbH
Hungarian Mobile Operator's ' EMF Portal'	Magyar Telekom
Informationszentrum Mobilfunk (IZMF)	Telekom Deutschland GmbH
Macedonian Operator Working Group on EMF	T-Mobile Macedonia
Mobile Communication Association of Croatia (UPKH)	T-Hrvatski Telekom
Mobile Network Operators Association (MoNet)	T-Mobile Netherlands
Mobile Operators Association (EEKT)	Cosmote Greece
Polish Society of Applied Electromagnetics' (PTZE) Web Portal 'Electromagnetic Fields'	PTC
T-Mobile USA's Web Portal on EMF and Mast Siting	T-Mobile USA

Stakeholder-Engagement.



Unter Stakeholder-Engagement verstehen wir alle Aktivitäten, bei denen Stakeholder mit ihren Sichtweisen und Interessen in Geschäfts- und Entscheidungsprozesse des Unternehmens zu einem bestimmten Thema systematisch und längerfristig einbezogen werden. Im Rahmen einer solchen themenbezogenen Zusammenarbeit verpflichtet sich die Telekom, Anregungen ihrer Stakeholder aufzugreifen, Erwartungen und Bedürfnisse zu reflektieren und diese, soweit möglich, in ihre Unternehmensprozesse zu integrieren. Auch mit Anliegen, die wir nicht erfüllen können, setzen wir uns auseinander und begründen gegenüber unseren Stakeholdern, wenn ihre Anregungen nicht oder nur teilweise aufgegriffen werden können. Damit räumen wir unseren Stakeholdern ernsthafte Einfluss- und Mitwirkungsmöglichkeiten ein und erreichen auf diesem Wege in gegenseitigem Zusammenwirken Lösungen für komplexe gesellschaftliche Fragestellungen. Dadurch entsteht eine Win-win-Situation für die eingebundenen Stakeholder, die Telekom und die Gesellschaft.

Die aktive und systematische Zusammenarbeit mit unseren Stakeholdern und die Pflege einer partnerschaftlichen Beziehung zu diesen sehen wir als wichtigste Elemente unseres Stakeholder-Managements an. Um diese ambitionierte Form der Stakeholder-Einbindung zukünftig zu stärken, haben wir im Berichtszeitraum mit der Entwicklung einer Stakeholder-Engagement-Strategie begonnen.

Ausgewählte Aktivitäten im Bereich Stakeholder-Engagement.

Kriterienentwicklung zum Thema „Nachhaltige Produkte“.

Stakeholder-Gruppe:	NGOs und Interessengruppen
Beschreibung:	Einbindung ausgewählter Vertreter von NGOs im Rahmen des Projekts „Nachhaltige Produkte und Dienste“, um deren Erwartungen und Bedürfnisse bei der Kriterienentwicklung berücksichtigen zu können
Weiterführende Informationen:	<p>Nachhaltiges Produktportfolio: Gezielte Stakeholder-Integration.</p> <p>Die Frage, welche Nachhaltigkeitsaspekte unsere Produkte und Dienste in den Augen unserer Kunden erfüllen müssen, begleitet ständig unsere Entwicklungsarbeit. Um die Ansprüche unserer Kunden bestmöglich zu erfüllen, ihnen künftig Orientierung zu geben und die Nachhaltigkeitsleistung unseres Produktportfolios zu verbessern, setzen wir auf die systematische Einbindung wesentlicher Stakeholdern in unsere internen Entwicklungsprozesse.</p> <p>Im Rahmen des 2010 initiierten Projekts „<u>Nachhaltiges Produktportfolio</u>“ haben wir interne und externe Stakeholder aktiv in die Entwicklung eines Kriteriensets einbezogen, mit dem die Nachhaltigkeitsleistung unserer Produkte und Dienste bewertet werden kann. Die Auswahl der Stakeholder und die Durchführung des Engagement-Prozesses erfolgten in Anlehnung an den <u>internationalen Standard AA1000</u> und wurde unter Einbindung des renommierten <u>Öko-Instituts</u> getroffen. Begleitet wurde dieser Prozess durch das <u>Öko-Institut Freiburg</u>.</p> <p>Gemeinsam mit externen und internen Stakeholdern konnten im Berichtszeitraum Kriterien und Indikatoren erarbeitet werden, die sukzessive als Anforderungen in den Entwicklungs- und Einkaufsprozessen integriert werden. Neben der nachhaltigen Verbesserung des Produktportfolios ist es unser Ziel, den Kunden mittels einer geeigneten Kennzeichnung Orientierung zu geben. Auch hierbei planen wir die Einbindung externer Stakeholder.</p>

Verpflichtungen zum Thema EMVU.

Stakeholder-Gruppe:	Politik und Regulierer Kommunen und deren Vertreter NGOs und Interessengruppen
Beschreibung:	Wesentliche Basis für den erfolgreichen Netzausbau ist die Partizipation und Integration aller Beteiligten und der Dialog mit wesentlichen externen Stakeholdern wie Kommunen, Bürgern und Anwohnern der Mobilfunkbasisstationen sowie NGOs. Die Telekom hat hierzu in ihrer EMF-Policy klare Richtlinien entwickelt.
Weiterführende Informationen:	<u>Mobilfunk und Gesundheit</u>

Kooperation der Telekom Deutschland mit der DUH.

10 Jahre erfolgreiche Zusammenarbeit.



Stakeholder-Gruppe:	NGOs und Interessengruppen
Beschreibung:	Basis der Partnerschaft ist die Einrichtung eines Telekom Umweltfonds, mit dem Umwelt- und Naturschutzprojekte gefördert werden. Die DUH berät die Telekom Deutschland GmbH in wichtigen Umweltfragen und schlägt als kritische Partnerin Verbesserungsmöglichkeiten im Umweltschutz vor.
Weiterführende Informationen:	<p>Erfolgreiche Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe .</p> <p>Dass die Telekom schon lange Stakeholder-Engagement betreibt, beweist die mittlerweile seit zehn Jahren bestehende Kooperation mit der <u>Deutschen Umwelthilfe (DUH)</u>. Zentrale Themen unserer partnerschaftlichen Zusammenarbeit sind unter anderem Fragen zur elektromagnetischen Verträglichkeit, zu einem nachhaltigen Umgang mit Telekommunikationsprodukten sowie zum Zusammenhang von Rohstoffabbau und dem Verlust von Biodiversität. In der gemeinsamen Arbeit setzen wir folgende Schwerpunkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Handyrücknahme: Seit 2003 haben wir gemeinsam mit der DUH ein erfolgreiches <u>Handyrücknahmesystem</u> [Handy- und Telefonrücknahme] für Verbraucher, Umweltinitiativen und Schulklassen aufgebaut und den Prozess der Rücknahme und Verwertung von gebrauchten Handys an hohen Nachhaltigkeitsstandards ausgerichtet. Aus den Erlösen der gemeinsamen Handyrücknahmeaktivitäten konnten mittlerweile über 700 Umwelt- und Naturschutzprojekte unterstützt werden. ■ Dialog mit Expertennetzwerk: 2010 führten die DUH und die Deutsche Telekom regelmäßige Fachgespräche mit Vertretern aus NGOs, Umweltbehörden und aus der Wissenschaft durch. In diesem kontinuierlich erweiterten Expertennetzwerk wurden unter anderem Aspekte einer nachhaltigen Produktgestaltung diskutiert. Zudem führten wir anlässlich des zehnjährigen Jubiläums unserer Kooperation im Berichtszeitraum eine Vielzahl an Stakeholder-Veranstaltungen durch. ■ Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“: Seit 2009 fördern wir gemeinsam mit der DUH mithilfe des Naturschutzfonds „<u>Lebendige Wälder</u>“ fünf herausragende Projekte zum Erhalt der Biodiversität in Deutschland. ■ Preis für Umweltjournalismus: Zusätzlich unterstützt die Telekom seit sieben Jahren die Verleihung des <u>Umwelt-Medienpreises</u> der DUH für herausragende umweltjournalistische Leistungen sowie die wirkungsvolle Präsentation von Natur- und Umweltthemen in den Medien. Die Preisträger des Umwelt-Medienpreises tragen durch ihre exzellenten Beiträge auf dem Gebiet der Umweltkommunikation zur Aufklärung und Information über die globalen Herausforderungen des Klima- und Umweltschutzes bei.

Materiality-Prozess 2010/2011.

Stakeholder-Gruppe:	Übergreifend
Beschreibung:	Befragung interner und externer Stakeholder zu den für die CR-Berichterstattung wesentlichen Themen
Weiterführende Informationen:	<p>CR-Berichterstattung: Einbindung externer Experten .</p> <p>Die Erwartungen und Einschätzungen unserer Stakeholder berücksichtigen wir im Rahmen unserer CR-Berichterstattung bereits seit mehreren Jahren. Um zu ermitteln, welche Themen für die jeweilige Stakeholder-Gruppe im Berichtszeitraum von wesentlicher Bedeutung sind, führen wir jährlich einen mehrstufigen Materiality-Prozess durch.</p> <p>Gemeinsame Definition der Themenschwerpunkte.</p> <p>Die Grundlage bilden hierbei die Anforderungen der <u>Global Reporting Initiative (GRI)</u>, und die zehn von der <u>Global e-Sustainability-Initiative (GeSI)</u> identifizierten Top-Nachhaltigkeitsthemen für Unternehmen der ICT-Branche. Diese Themen ließen wir anhand eines Fragebogens von ausgewählten Mitarbeitern der Telekom und externen Stakeholdern aus dem In- und Ausland im Sinne eines Cross Checks bewerten.</p> <p>Ergebnisse der diesjährigen Abfrage.</p> <p>Bei der Auswertung der Fragebögen wurde deutlich, dass die internen und externen Bewertungen der Themen weitestgehend deckungsgleich sind. Insbesondere strategischen und branchenspezifischen Themen räumten alle Stakeholder eine hohe Bedeutung ein.</p> <p>Die Ergebnisse im Detail:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Themenfeld <u>Ökonomie</u> ■ Themenfeld <u>Strategie</u> ■ Themenfeld <u>Gesellschaft</u> ■ Themenfeld <u>Kunden</u> ■ Themenfeld <u>Beschäftigte</u> ■ Themenfeld <u>Lieferanten</u> ■ Themenfeld <u>Klima und Umwelt</u> <p>Integration der Bewertungen in den CR-Bericht.</p> <p>Die Ergebnisse der Materiality-Abfrage haben die Konzeption des vorliegenden Berichts geprägt und eine stakeholdergerechte Ausrichtung unterstützt:</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Die Highlight-Projekte auf der <u>Startseite</u> wurden unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Materiality-Abfrage ausgewählt. ■ Die themenspezifischen Abfrageergebnisse finden sich in den Grafiken auf den jeweiligen Hauptnavigationsebenen wieder. Je wichtiger ein Thema bei der Materiality-Abfrage eingestuft wurde, desto prominenter ist es in der jeweiligen Grafik dargestellt. Durch die Verlinkung der Schlagworte mit den entsprechenden Texten im Bericht kann der Leser direkt auf die gewünschten Inhalte zugreifen.

- Darüber hinaus wird auf den Hauptnavigationsebenen jeweils ein kritisches Thema von einem externen Stakeholder gemeinsam mit einem Experten der Telekom diskutiert. Die Auswahl dieser Themen erfolgte ebenfalls auf Basis der Materiality-Abfrage.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > Konzernweite Steuerung

Konzernweite Steuerung.

 Inhalt durch PwC geprüft

Die neue Konzernstrategie „Verbessern – Verändern – Erneuern“ der Deutschen Telekom, die im März 2010 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde, wird in den kommenden Jahren den Weg zu einem nachhaltigen Geschäftserfolg des Konzerns vorgeben.

Zukünftig sollen zwei Schwerpunkte gesetzt werden: Zum einen strebt die Telekom eine Stabilisierung des klassischen Anschlussgeschäfts im Festnetz und im Mobilfunk an. Zum anderen will der Konzern neue Wachstumsbereiche erschließen und ausbauen. Fünf strategische Handlungsfelder adressieren gezielt die Herausforderungen und Chancen im Markt.

Fünf strategische Handlungsfelder.

Verbesserung der Performance im Mobilfunk.

In jenen Ländern, in denen überwiegend Mobilfunkdienste angeboten werden, wird die Telekom ihre Leistungsfähigkeit weiter verbessern. Sie wird in neue Technologien investieren, innovative Dienste entwickeln und ihr Portfolio an Mobilfunkgeräten erweitern.

Vorsprung auf integrierten Märkten.

Die Zusammenführung von Festnetz und Mobilfunk, die im Rahmen des „One Company“-Projekts begonnen wurde, wird auch mit der neuen Strategie konsequent fortgesetzt. Dadurch sollen Umsätze stabilisiert und der Service weiter verbessert werden.

Netze und Prozesse für die Gigabit-Gesellschaft.

Der globale Datenverkehr wird in den nächsten Jahren weiterhin rasant zunehmen. Daher strebt die Telekom an, sowohl die Effizienz ihrer Netze zu erhöhen als auch die steigende Nachfrage nach größerer Bandbreite durch den Ausbau ihres Glasfasernetzes zu befriedigen.

Vernetztes Leben vom Handy bis zum Fernseher.

Die Mobilisierung von Datendaten – und hierbei insbesondere der mobile Internetzugang – stellt die größte Wachstumschance für die Telekom dar. Daher werden wir zukünftig im Bereich Vernetztes Leben eigenständig innovative und geräteübergreifende Dienste entwickeln und vermarkten.

Vernetztes Arbeiten mit führenden ICT-Lösungen.

Ihren Geschäftskunden bietet die Telekom maßgeschneiderte ICT-Dienste und Services. T-Systems unterstützt dabei die Standardisierung interner IT-Lösungen. Auch zukünftig wird der Umbau der Großkundensparte fortgesetzt, um die Profitabilität zu steigern. T-Systems will den externen Umsatz mit IT-Services erhöhen und setzt dabei auf starkes internationales Wachstum.

One Company – Festnetz und Mobilfunk aus einer Hand.

Ein wichtiger Baustein der neuen Konzernstrategie ist die Zusammenführung des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts. Nachdem in Ungarn, Montenegro und zum Jahresbeginn 2010 in Kroatien bereits Mobilfunk- und Festnetz-Geschäft zusammengeführt wurden, konnten im Berichtszeitraum weitere Fortschritte auf dem Weg zu One Company erzielt werden.

One Company in Deutschland.

Die zwei eigenständigen Geschäftseinheiten T-Home (Festnetz) und T-Mobile (Mobilfunk) wurden zum 1. April 2010 zur Telekom Deutschland GmbH zusammengeführt. Damit bieten wir unseren Kunden auf dem deutschen Markt unter der gemeinsamen Unternehmensmarke „T“ Festnetz und Mobilfunk, (V)DSL und mobiles Internet aus einer Hand.

One Company in der Slowakei.

Auch in der Slowakei konnten wir den One-Company-Ansatz erfolgreich umsetzen: Am 1. Juli 2010 wurde die Mobilfunksparte T-Mobile Slovakia in die Slovak Telekom integriert.

Neuer Vorstandsbereich Europa.

Ein wichtiger Meilenstein im One-Company-Prozess war auch der Aufbau eines neuen Vorstandsbereichs Europa: Zwischen April und September 2010 wurden die europäischen Festnetz- und Mobilfunk-Bereiche in einer gemeinsamen Führungsstruktur zusammengefasst.

CR-Strategie im Einklang mit neuer Konzernstrategie.

Im Berichtszeitraum fand ein Treffen zwischen den Konzernbereichen CR und Strategie statt, um die CR-Strategie im Zusammenhang mit der Neuausrichtung der übergeordneten Konzernstrategie zu diskutieren. Es wurde kein Anpassungsbedarf identifiziert: Die CR-Strategie leistet weiterhin uneingeschränkt einen Beitrag zur überarbeiteten Konzernstrategie.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > Konzernweite Steuerung > Compliance

Compliance.

 Inhalt durch PwC geprüft

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

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

Download Privacy Code of Conduct.

Compliance-Organisation: Zertifizierung der Wirksamkeit.

Wesentliche Elemente des Compliance-Managementsystems sind die Etablierung einer Compliance-Organisation in allen wesentlichen Konzerneinheiten, die risikoorientierte Ableitung eines Compliance-Programms und dessen konsequente Umsetzung über Richtlinien, Schulungen und Beratungsangebote sowie die Sicherstellung einer geeigneten Reaktion auf Compliance-Verstöße. Die Wirksamkeit der Compliance-Organisation der Deutschen Telekom wurde im Hinblick auf die angemessene Umsetzung der von der Deutschen Telekom definierten Mindestanforderungen und Implementierungsvorgaben zum 31. Dezember 2010 durch unabhängige Wirtschaftsprüfungsgesellschaften zertifiziert.

Compliance-Management: Organisatorische Verankerung.

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

Konzernweite Strukturen ermöglichen bereits seit 2005 ein effizientes Management von Compliance. Die Compliance-Organisation besteht aus dem Chief Compliance Officer, dem Compliance Committee und einer zentralen und dezentralen Compliance-Organisation.

Die Compliance-Organisation entwickelt konzernweite Standards, Instrumente und Prozesse, mit denen regelkonformes Verhalten im Unternehmen gestärkt werden soll.

Compliance Committee: Internes Beratergremium.

Im Compliance Committee sind Führungskräfte aus folgenden Bereichen vertreten:

- Compliance
- Recht
- Datenschutz
- Revision
- Sicherheit
- Personal

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

Compliance Officer: Schlüsselrolle im Compliance-Management.

Der Chief Compliance Officer ist dem Konzernvorstand für das Ressort Datenschutz, Recht und Compliance unterstellt. Er bildet die Schlüsselposition für die Einrichtung und die dauerhafte Aufrechterhaltung des Compliance-Managementsystems. Während der Vorstand über die Einrichtung und Ausgestaltung des Compliance-Managementsystems entscheidet, liegt die Verantwortung des Chief Compliance Officer in der Implementierung und methodischen Weiterentwicklung des Compliance-Managementsystems. Er informiert den Konzernvorstand und den Prüfungsausschuss über den aktuellen Stand der Compliance-Aktivitäten im Konzern. Der Prüfungsausschuss hat entsprechend dem deutschen Corporate Governance Kodex auch die Aufgabe, sich mit Fragen der Compliance zu befassen.

Weiterentwicklungen von Kontroll- und Sanktionsmechanismen.

Fehlverhalten wird konsequent sanktioniert. Im Berichtszeitraum wurden die internen Kontroll- und Sanktionsmechanismen zur Vermeidung von Korruption weiterentwickelt: Im Rahmen von Due-Diligence-Prozessen für Beteiligungen und Unternehmenskäufe implementierten wir risikoorientierte Präventionsmaßnahmen.

Compliance Days: Förderung einer konzernweiten Zusammenarbeit.

Rege Diskussionen mit Compliance-Mitarbeitern aus 25 Ländern.

Die Einhaltung von Gesetzen und Vorschriften ist ein Thema von internationaler Bedeutung. Um die konzernweite Zusammenarbeit zu stärken, veranstaltet der zentrale Compliance-Bereich jährlich Treffen mit Vertretern der Compliance-Organisationen der Landesgesellschaften – die „International Compliance Days“.

Einwandfreies Verhalten im Kundenkontakt.

Im Mittelpunkt des „International Compliance Day“, der am 24. März 2010 in der Bonner Telekomzentrale stattfand, stand der Kunde. Rund 120 Mitarbeiter aus 25 Ländern nahmen am mittlerweile fünften internationalen Treffen des Compliance-Bereichs teil. Sie wurden dabei unter anderem über das deutsche Projekt „[Customer Contact Compliance](#)“ informiert, das integres, wertschätzendes und rechtlich einwandfreies Verhalten im Kundenkontakt fördern soll.

Diskussion des überarbeiteten Code of Conduct.

Ende Juni 2010 versammelte der Compliance-Bereich ebenfalls rund 120 Mitarbeiter aus 25 Ländern zu einem zweitägigen Treffen in Wien. Ein zentraler Programmpunkt dieses „International Compliance Day“ war die Überarbeitung und Implementierung des neuen [Code of Conduct](#).

eLearning zum Kartellrecht.

Regelkonformes Verhalten im Unternehmen fördern wir insbesondere durch interne Schulungen und Kampagnen, in denen wir unsere Mitarbeiter für Compliance sensibilisieren. So vermittelten wir im Jahr 2010 mithilfe eines neuen eLearning-Moduls unseren Mitarbeitern in Deutschland Grundlagen des Kartellrechts. Unter anderem erfuhren sie

- wie sie kartellrechtliche Verstöße vermeiden können,
- was wettbewerbsbehinderndes Verhalten ausmacht und
- welche vertraglichen Vereinbarungen und Preissetzungen verboten sind.

An diesen risikospezifischen Schulungen nahmen im Jahr 2010 insgesamt 3 535 von 4 428 in Frage kommenden Mitarbeitern in Deutschland teil.

Portale Ask me! und Tell me!: Prävention und Aufklärung.

Ask me!

Zur Prävention haben wir „Ask me!“ eingerichtet. Über dieses Portal können Mitarbeiter compliance-relevante Fragen zum Beispiel zum Code of Conduct, zu Gesetzen und zu internen Richtlinien stellen. Die Deutsche Telekom legt Wert darauf, dass alle Mitarbeiter werte- und rechtskonform handeln. Sind die Beschäftigten unsicher, wie Sie sich verhalten sollen, bietet „Ask me!“ schnell zuverlässige Informationen, die die Beschäftigten in ihrer täglichen Arbeit umsetzen können.

Tell me!

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

Ermittlungen wegen Korruptionsverdacht im Berichtszeitraum.

Untersuchung von Verträgen in EJR Mazedonien und Montenegro.

Im Rahmen der Abschlussprüfung der Magyar Telekom für das Geschäftsjahr 2005 wurden Verträge identifiziert, deren angemessener wirtschaftlicher Hintergrund seinerzeit nicht vollständig festgestellt werden konnte. Der Prüfungsausschuss der Magyar Telekom beauftragte eine unabhängige Rechtsanwaltskanzlei, betreffende Verträge auf ihre Rechtmäßigkeit zu untersuchen. Magyar Telekom informierte die US-Behörden (Department of Justice and Securities and Exchange Commission (SEC)), die dann ein Ermittlungsverfahren wegen möglicher Verstöße gegen den Foreign Corrupt Practices Act (FCPA) einleiteten. Magyar Telekom und die als Konzernobergesellschaft betroffene Deutsche Telekom haben diese Ermittlungen umfangreich unterstützt sowie ihr eigenes Compliance-Programm überprüft und weiter verbessert.

Die anwaltlichen Vertreter der Magyar Telekom und der Deutschen Telekom besprechen gegenwärtig mit den US-Behörden den Ermittlungsstand und die Möglichkeiten einer Verfahrensbeendigung. Das Ergebnis dieser Gespräche kann nicht vorhergesehen werden. Kommt eine einvernehmliche Verfahrensbeendigung nicht zustande, kann derzeit nicht abgeschätzt werden, ob die US-Behörden weitere Maßnahmen ergreifen und welche dies gegebenenfalls sein werden. In Zusammenhang mit einem Rechtshilfeersuchen der US-Behörden hat die Staatsanwaltschaft Bonn im hiesigen Berichtszeitraum ein eigenes Ermittlungsverfahren eingeleitet. Die Staatsanwaltschaft hat das Verfahren hinsichtlich einzelner Personen zwischenzeitlich eingestellt.

Prüfung von Unregelmäßigkeiten im Sponsoring von T-Systems International.

Im Rahmen einer internen Untersuchung, die durch einen anonymen Hinweis ausgelöst worden war, hat

sich der Verdacht ergeben, dass es in der Geschäftsbeziehung zwischen der T-Systems International GmbH und einem großen Automobilhersteller unter Verstoß gegen Compliance-Richtlinien Absprachen über die wechselseitige Verknüpfung eines Sponsoringengagements mit der künftigen Vergabe von Aufträgen über IT-Dienstleistungen gegeben hat. Aufgrund dieses Sachverhalts hat sich die T-Systems International GmbH mit sofortiger Wirkung von ihrem ehemaligen CSO, dem zuständigen Vertriebsleiter sowie einem externen Berater getrennt und den internen Untersuchungsbericht der zuständigen Staatsanwaltschaft zur weiteren Prüfung zugeleitet. Die Staatsanwaltschaft hat auf Grundlage des Untersuchungsberichts ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren eingeleitet, das noch andauert.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > Konzernweite Steuerung > Datenschutz

Datenschutz.

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

Wir legen großen Wert auf Transparenz. Deshalb haben wir als erstes der DAX-30-Unternehmen begonnen, einen jährlichen Datenschutzbericht zu veröffentlichen, der sämtliche Vorgänge im Konzern dokumentiert, die das Thema betreffen.

[Download Datenschutzbericht 2010](#)

Darüber hinaus berichten wir auf www.telekom.com/datenschutz über alle 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 Daten.

 Inhalt durch PwC geprüft

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > Konzernweite Steuerung > Risiko- und Chancenmanagement

Risiko- und Chancenmanagement.

 Inhalt durch PwC geprüft

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

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

Der Geschäftsbericht 2010 der Deutschen Telekom gibt ausführlich Auskunft über aktuelle Chancen und Risiken, die auch in Bezug auf die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Bedeutung sind.

Politik und Regulierung.

 Inhalt durch PwC geprüft

Die Deutsche Telekom unterliegt branchenübergreifenden gesetzlichen Verpflichtungen wie dem allgemeinen Wettbewerbsrecht, dem Verbraucherschutz oder dem Sozial- und Arbeitsrecht. Darüber hinaus bestehen im Telekommunikationssektor zusätzliche Regelungen und Anforderungen für den Betrieb und das Angebot von Telekommunikationsnetzen und -diensten. Diese sektorspezifischen nationalen Regulierungsrahmen schreiben in der Regel zusätzliche Anforderungen an Telekommunikationsunternehmen fest, die über eine besondere Marktmacht verfügen; zum Beispiel indem Wettbewerbern Zugang zum eigenen Netz zu durch die Regulierungsbehörde festgelegten Preisen gewährt wird. Damit besitzt insbesondere die sektorspezifische Regulierung erheblichen und direkten Einfluss sowohl auf das Produktportfolio und die Preisgestaltung der Deutschen Telekom als auch auf die Möglichkeit des Konzerns, betriebswirtschaftlich zu rechtfertigende Investitionen in neue und sehr kostenintensive mobile und feste Breitbandnetze zu tätigen. Die Politik, Regulierungsbehörden und die Telekommunikationsunternehmen sind daher auf einen regen Austausch und Dialog angewiesen.

Investitionsfördernde Regulierung für Breitbandnetze.

Die Deutsche Telekom setzt sich für einen zukunftsweisenden Regulierungsrahmen ein, der mehr Investitionsanreize und Planungssicherheit für die Branche bietet, um Investitionen in Breitbandanschlüsse der nächsten Netzgeneration auszulösen. Die im Dezember 2009 verabschiedeten EU-Richtlinien für die Telekommunikation tragen dem bereits Rechnung und geben entscheidende, positive Impulse. Wichtig ist daher, dass im Rahmen der aktuell in allen EU-Mitgliedstaaten laufenden Umsetzung dieser EU-Richtlinien in nationales Recht Anreize für diese Investitionen und Hebel zur Kostensenkung konsequent verankert werden. Dies umfasst

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

Dialog zwischen Verbrauchern, Unternehmen und der Politik.

Politik und Regulierungsbehörden beeinflussen somit die Entwicklung und Verfügbarkeit von Netzinfrastruktur, Technologien und Diensten zukünftiger ICT-Lösungen. 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 aber auch eine erhebliche Bedeutung für Zusammenhalt und Kultur in der Gesellschaft. Entscheidungsträger in Parlamenten, Behörden und Regierungen sind deshalb maßgeblich auf den Austausch mit Verbrauchern und Unternehmen angewiesen. Die Deutsche Telekom bemüht sich daher um einen aktiven und ständigen Dialog mit Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft.

Von herausragender Bedeutung in diesen Kontakten ist, dass unsere Partner ihre Unabhängigkeit und Integrität wahren können. Dieser Grundsatz ist festgeschrieben im Anfang 2011 erneuerten Mitarbeiter-Leitlinien. Damit lässt die Deutsche Telekom zum Beispiel keine Spenden an politische Institutionen in Deutschland zu und unterlässt intransparente Beeinflussungspraktiken. Unsere Positionen basieren auf klaren Fakten und geben unmissverständlich die Vorstellungen des Unternehmens wieder. Entscheidend sind die langjährige Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Integrität der Telekom im In- und Ausland. Erst dadurch wird unsere politische Kommunikation von den Empfängern als authentisch und vertrauenswürdig erachtet und findet Eingang in die Meinungsbildungsprozesse von Politik und gesellschaftlichen Gruppen.

Bewahrung des offenen Internets.

Das Thema Netzneutralität hat im Berichtszeitraum besondere Aufmerksamkeit genossen. Konkret befürchtet wird von manchen Seiten, dass das heutige Internet, das auf dem sogenannten „Best Effort“-Prinzip basiert, in Zukunft eingeschränkt werden könnte, so dass bisher frei zugängliche Dienste nicht mehr angeboten würden. Die Deutsche Telekom ist aber dem offenen Internet verpflichtet – alle heute legalen Inhalte im Internet werden auch in Zukunft nach dem „Best Effort“-Prinzip zugänglich bleiben. Bereits heute müssen alle Netze aktiv gesteuert werden, um ihre Leistungsfähigkeit und Sicherheit für alle Kunden zu gewährleisten.

Bedingt durch das starke Wachstum der Kundennutzung sowie den Anspruch der Anbieter von Online-

Inhalten- und -Anwendungen, ihre Dienste auch in Zukunft anbieten zu können, müssen die Netzbetreiber ihre Transportkapazität stetig erweitern und die Infrastruktur ausbauen. Die Deutsche Telekom entwickelt daher Geschäftsmodelle bei denen, aufbauend auf dem „Best Effort“-Internet, die Internetwirtschaft innovative Dienste entwickeln und anbieten kann, die bestimmte Anforderungen an die Übertragungsqualität stellen. Im Wettbewerb mit anderen Telekommunikationsnetzbetreibern und auf nicht-diskriminierende Weise kann die Deutsche Telekom in Zukunft unterschiedliche Qualitätsstandards anbieten. Dadurch kann auch die mittel- und langfristige Finanzierung des Breitbandnetzausbaus unterstützt werden.

Die Deutsche Telekom unterstützt daher ausdrücklich die Transparenz- und Informationsverpflichtungen für die Dienstqualität, die mit der neuen europäischen Richtlinienvorgabe von 2009 in nationales Recht umgesetzt werden. Zusätzlich erhalten die nationalen Regulierungsbehörden die Möglichkeit, Mindestanforderungen an die Qualität der Dienste aufzuerlegen. Diese gesetzlichen Vorgaben in Verbindung mit dem allgemeinen Wettbewerbsrecht können das offene Internet für die vorhersehbare Zukunft bereits sicherstellen – auch ohne neue Gesetze.

Verbraucherpolitischen Dialog gestärkt.

Entsprechend dem Anspruch der Deutschen Telekom, zum bestangesehenen Serviceunternehmen der Branche zu werden, genossen verbraucherpolitische Themen auch im aktuellen Berichtszeitraum eine besondere Bedeutung. So haben wir 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:

- Sicherstellung des Verbraucherdatenschutzes, zum Beispiel im Mobilfunk oder bei Geodatendiensten,
- umfassender und technikübergreifender Jugendschutz,
- Verbesserung der Standards im Kundenservice sowie
- Verbraucherschutz in der Telekommunikation, z. B. beim Anbieterwechsel.

Die Telekom steht in allen Themenfeldern für einen konstruktiven und lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Verbraucherbedürfnis als auch an den Unternehmensinteressen ausrichtet.

Regionale Wertschöpfung.

 Inhalt durch PwC geprüft

Einen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung und zur sozialen Stabilität an unseren Standorten zu leisten gehört zum Selbstverständnis der Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen. Im Geschäftsjahr 2010 haben wir mit weltweit rund 247 000 Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von 62,4 Milliarden Euro erwirtschaftet – mehr als die Hälfte davon außerhalb von Deutschland. Insgesamt vergab die Deutsche Telekom im Jahr 2010 Aufträge im Wert von 20,94 Milliarden Euro. Anhand dieser Zahlen wird deutlich, dass der langfristige Unternehmenserfolg eng mit den Entwicklungen an unseren Standorten verbunden ist.

Nettowertschöpfung: Investitionen an unseren Standorten.

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 erheblich. Die Nettowertschöpfung stieg von 31,3 Milliarden Euro im Vorjahr auf 33,3 Milliarden Euro im Jahr 2010.

Förderung der Teilhabe an der Informationsgesellschaft.

In den vergangenen Jahren, und so auch im Berichtszeitraum, lag ein Schwerpunkt unserer Investitionen auf dem flächendeckenden Ausbau schneller und stabiler Netze. Unser sogenannter Cash CAPEX, eine Kennzahl, die Investitionen in Anlagen und Systeme zusammenfasst, lag im Jahr 2010 für Deutschland bei 4 765 Millionen Euro. Davon wurden 2 338 Millionen Euro in immaterielle Vermögenswerte (ohne Goodwill) und 2 427 Millionen Euro in Sachanlagenvermögen investiert.

In Deutschland und in verschiedenen Landesgesellschaften unterstützen wir darüber hinaus Initiativen und bieten bedarfsgerechte Angebote an, um benachteiligten Menschen Zugang zu neuen Kommunikationstechnologien und Medien zu schaffen:

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

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

Bildungsförderung: Investitionen in einen wichtigen Standortfaktor.

Mit rund 10 000 Auszubildenden und Studenten in dualen Studiengängen sind wir einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland. Darüber hinaus leistet die Deutsche Telekom Stiftung kontinuierlich einen wichtigen Beitrag zur deutschen Bildungslandschaft, um die Qualität der naturwissenschaftlichen Ausbildung in der gesamten Bildungskette – von der Kindertagesstätte bis zur Hochschule – zu verbessern.

Förderung des Forschungs- und Entwicklungsstandorts Deutschland.

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

Die Deutsche Telekom Laboratories (T-Labs) sind die zentrale Forschungs- und Entwicklungseinheit des Telekom Konzerns. Neben den Standorten in Berlin und Darmstadt unterhalten wir Institute in Israel und in den USA. Im Jahr 2010 forschten insgesamt 180 Telekom-Experten in den T-Labs gemeinsam mit 180 internationalen Wissenschaftlern verschiedener Fachrichtungen an schnellen, sicheren und nachhaltigen Kommunikationslösungen.

Zusätzlich engagieren wir uns bei der Finanzierung von Lehrstühlen und in Kooperation mit Universitäten für die Entwicklung zukunftsweisender Ideen. Der Forschungs- und Entwicklungsaufwand der Telekom lag im Jahr 2010 bei 100 Millionen Euro.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Strategie und Management > Socially Responsible Investment

Socially Responsible Investment.

✓ Inhalt durch PwC geprüft

Unter Socially Responsible Investment (SRI) wird eine Anlagestrategie verstanden, die neben Renditekriterien auch ethische Wertvorstellungen des Anlegers berücksichtigt.

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

Wir verfolgen das Ziel, den Anteil an Aktien, der von ethisch motivierten Investoren gehalten wird, kontinuierlich zu erhöhen. Unsere Leistung in diesem Bereich messen wir anhand des CR Key Performance Indikators „[Socially Responsible Investment](#)“.

☑ SRI: Ein Investmenttrend im Wachstum.

11 Prozent aller Telekom-Aktien von nachhaltigen Investoren gehalten.

Laut [Sustainable Business Institute \(SBI\)](#) gab es Ende 2010 insgesamt 354 zum Publikumsvertrieb zugelassene nachhaltige Fonds in Deutschland, Österreich und der Schweiz mit einem Gesamtvolumen von rund 34 Milliarden Euro. Damit hat sich das Wachstum der nachhaltigen Publikumsfonds auch im vierten Quartal 2010 fortgesetzt. Ende 2009 registrierte das SBI noch 313 Fonds. Hierbei sind alle Fonds miteinbezogen, die angeben, in besonderer Weise soziale, ökologische oder auch ethische Kriterien (ESG-Kriterien) zu berücksichtigen.

Das Interesse dieser Fonds an Aktien der Deutschen Telekom ist weiterhin hoch: Von dem gesamten Aktienbestand der Deutschen Telekom AG wurden 2009 weltweit 11 Prozent von nachhaltigen Investoren gehalten. 9 Prozent befanden sich in Händen von Investoren, die zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. 2 Prozent der T-Aktien wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI/ESG-Gesichtspunkten managen (Quelle: [Ipreo](#)).

☑ Im Dialog mit Analysten und Investoren.

Die Telekom strebt eine kontinuierliche Erhöhung des Anteils an T-Aktien an, die von nachhaltig orientierten Investoren gehalten werden. Um dies zu erreichen und dem zunehmenden Interesse an CR-relevanten Themen zu begegnen, suchen wir den offenen und kontinuierlichen Austausch mit allen Akteuren des Kapitalmarkts. Zwischen Mai und August 2010 führten wir in Europa (Paris und London) und in den USA (New York, Washington und Sacramento) Roadshows für Investoren durch. Auch auf Messen suchten wir das Gespräch mit Analysten, Finanzexperten und Fondsmanagern, beispielsweise auf der MoneyShow in San Francisco im August 2010. Unseren Investoren standen wir darüber hinaus in Telefonkonferenzen und individuellem Schriftverkehr bei Fragen zu Verfügung.

☑ Aktuelle Rating- und Rankingergebnisse.

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

Dow Jones Sustainability Index: Nummer zwei im Mobilfunk.

Auch dieses Jahr qualifizierte sich die Telekom im renommierten „SAM“ (Sustainable Asset Management)-Rating wieder für die Aufnahme in die relevanten [Dow Jones Sustainability Indices \(DJSI\)](#) – den DJSI World und den DJSI Europe. Im Branchenvergleich der Mobilfunkunternehmen belegten wir 2010 den zweiten Platz, nachdem wir 2009 als Branchenführer ausgezeichnet worden waren.

Bestes Telekommunikationsunternehmen im Newsweek-Ranking.

Das amerikanische Nachrichtenmagazin Newsweek hat im Jahr 2010 zum ersten Mal eine [Rangliste der 100 umweltfreundlichsten Unternehmen](#) weltweit (Global 100) erstellt. Die Telekom erreichte in der Global-100-Liste den siebten Platz und ist damit bestes deutsches Unternehmen.

Anerkennung durch das Carbon Disclosure Project.

Das erfolgreiche Klimaschutzengagement der Telekom führte dazu, dass der Konzern 2010 im neuen „Carbon Performance Leadership Index“ des [Carbon Disclosure Project \(CDP\)](#) gelistet wurde. Bewertet werden hier die CO₂-Reduktionsmaßnahmen von 500 großen Unternehmen, unter anderem ihre Klimamanagementstrategien, Energiesparpläne, Emissionsreduktionsziele und -maßnahmen.

Darüber hinaus erhielt die Telekom hinsichtlich Qualität und Transparenz der Klimaschutzberichterstattung eine gute Bewertung im „Carbon Disclosure Scoring“, wurde jedoch weiterhin nicht im dazugehörigen „Carbon Disclosure Leadership Index“ gelistet.

Bei oekom research AG erneut mit „Prime“ gerate t.

Nachdem die Telekom 2009 im letzten „Full-Update“ der Researcher von [oekom](#) unter den DAX30 den zweiten Platz einnahm, steht das Unternehmen in einem Interims-Update zu Beginn des Jahres 2011 auf dem vierten Platz. Die Aktie hat jedoch nach wie vor den Status „Prime“. Das nächste Full-Update ist für Ende 2011 geplant.

FTSE4Good Index.

2011 ist die Deutsche Telekom erneut im [FTSE4Good Index](#) gelistet. Der Index wird von FTSE, einem im Besitz der Financial Times und der London Stock Exchange befindlichen unabhängigen Unternehmen herausgegeben.

Content-Managementsystem für Ratingfragebögen.

Die CR-Performance der Telekom wird bereits seit mehreren Jahren von führenden in- und ausländischen Ratingagenturen bewertet. Durch die damit einhergehende wiederholte Datenabfrage erfährt das Thema SRI auch innerhalb der Telekom wachsende Aufmerksamkeit. Um der steigenden Anzahl von Informationsanfragen gerecht zu werden und diese effizient zu bearbeiten, hat die Telekom im Jahr 2010 ein zentrales webbasiertes Tool entwickelt. Im Februar 2011 kam dieses bei der Beantwortung von Ratinganfragen erstmals zum Einsatz.

Landesgesellschaften.

Mit Gesellschaften in über 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.

Auf den folgenden Seiten stellen sich ausgewählte Landesgesellschaften vor. Neben einem kurzen Marktüberblick und einer Stellungnahme des CEO oder einer anderen Führungspersönlichkeit zum unternehmensspezifischen CR-Ansatz wird anhand eines Highlight-Projekts gezeigt, wie die Landesgesellschaft Verantwortung in ihrem lokalen Umfeld lebt.

Mexico

T-Systems Mexico.

T-Systems Mexico startete ein Projekt zur Verbesserung der Energieeffizienz seines größten Rechenzentrums „Puebla I“ und seiner Büros.

[> mehr Informationen](#)

Brasilien

T-Systems do Brazil.

Mit dem Programm „Jovem Aprendiz“ erleichtert T-Systems do Brazil bereits seit 2003 jungen Menschen aus schwierigen sozialen Umständen den Einstieg ins Berufsleben.

[> mehr Informationen](#)

Rumänien Cosmote.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Cosmote, eine Tochtergesellschaft der OTE-Gruppe, ist mit über 21 Millionen Kunden in Griechenland, Albanien, Bulgarien und Rumänien der größte Mobilfunkanbieter Südosteuropas. Cosmote Greece und AMC (Albanien) sind Marktführer in ihren Ländern, während Globul die Nummer zwei im bulgarischen Markt und Cosmote Romania drittgrößter Mobilfunkanbieter Rumäniens ist.
Anzahl Kunden	21 300 000 <ul style="list-style-type: none"> ■ Cosmote Greece: 8 300 000 ■ AMC: 2 000 000 ■ Globul: 3 900 000 ■ Cosmote Romania: 6 700 000 (exklusive des Mobilfunkanbieters Zapp)
Anzahl Mitarbeiter	9 137
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008 (Cosmote ist eine 100-prozentige Tochter von <u>OTE</u>)
Weitere Informationen im Internet	www.cosmote.gr Weitere Informationen zum CR-Engagement der Gesellschaften: <ul style="list-style-type: none"> ■ Cosmote ■ AMC ■ Globul ■ Cosmote Romania
Lokaler CR-Bericht	Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen <u>CR-Bericht</u> . AMC veröffentlicht seit 2006 jährlich einen eigenen <u>CR-Bericht</u> .

(Stand: 4. Quartal 2010)



Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender OTE S.A.

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

„Angesichts der derzeit schwierigen Lage in Griechenland ist CR wichtiger denn je. OTE spielt in der griechischen Wirtschaft und Gesellschaft eine entscheidende Rolle. Das Unternehmen möchte seiner Verantwortung gerecht werden – zum einen durch Produkte und Dienste, zum anderen durch Initiativen zugunsten von Umwelt und Gesellschaft. Das sind wir als Marktführer der Gesellschaft schuldig!“

Unsere CR Highlights:

Cosmote Greece – Kostenloser Internetzugang für Schulen.

Cosmote Greece führte im Rahmen ihrer CR-Aktivitäten im November 2010 ein neues Programm ein: „Surfing the World“. Darin stattet sie bis Ende 2011 auf den griechischen Inseln Schulen mit PCs, WLAN-Routern, Multifunktionsgeräten und Webkameras aus. Dadurch sollen die Schüler und ihre Lehrer Zugang zum schnellen drahtlosen Breitbandinternet erhalten. Unterstützung erhält Cosmote Greece durch die Universität der Ägäis, die hierfür ein Internetportal entwickelt. Dieses soll den Bildungsprozess unterstützen und einen Ausgangspunkt für die Wissensvermittlung zu den neuen Technologien in jeder Schule darstellen. Mehr als 4 000 Schüler in über 1 000 Schulen sollen mit dem Programm erreicht werden.

Von der Ausweitung des Telekommunikationsnetzes in diesen Gegenden profitieren nicht nur die Schüler und Lehrer, sondern indirekt auch alle Bewohner der Inseln. Mit dem Projekt stellt sich Cosmote Greece der Herausforderung, den Menschen in entlegenen Gebieten einen Zugang zur Informationsgesellschaft zu ermöglichen – insbesondere im Rahmen des Bildungsprozesses.

Globul – Nationaler Tag der Naturparks in Bulgarien.

Bereits zum zweiten Mal in Folge arbeitete Globul im Rahmen einer langfristigen Kooperation mit dem WWF zusammen. Gemeinsam starteten sie im Vorfeld des „Nationalen Tags des bulgarischen Naturparks“ am 29. Mai 2010 eine zweiwöchige Aufklärungskampagne. Mit „Globul Green“ sollten das Bewusstsein der Menschen für ein umweltfreundliches Verhalten in Naturparks geschärft und präventiv zum Schutz der Umwelt ein langfristiges Umdenken bewirkt werden.

Am 29. Mai säuberten rund 3 000 freiwillige Helfer – darunter 120 Mitarbeiter von Globul – alle elf Naturparks in Bulgarien. Damit haben sich rund 30 Prozent mehr Menschen an dieser Aktion beteiligt als im Vorjahr. Insgesamt sammelten sie über 15 Tonnen Abfall in einigen der beliebtesten Erholungsgebiete in Bulgarien und verbesserten die Besucherinfrastruktur. Diese Aktion regte darüber hinaus viele engagierte Menschen dazu an, auch außerhalb der Parks die Natur von Müll zu befreien.

Film zum „Nationalen Tags des bulgarischen Naturparks“ 2010

Cosmote Romania – Stipendien für junge Talente.

Cosmote Romania unterstützt 2010 erstmals junge Talente mit Studienstipendien in ihrer Ausbildung. Die Jugendlichen müssen herausragende schulische Leistungen aufweisen und klare Vorstellungen von ihrer Karriere haben und erhalten für ihre Hochschulausbildung neun Monate lang finanzielle Unterstützung in Höhe von monatlich 150 Euro. Die Ausschreibung für das Stipendienprogramm fand zwischen September und November 2010 statt. Über das Portal <http://www.burselecosmote.ro/en> gingen 263 Anmeldungen ein, 195 davon konnten berücksichtigt werden. Eine Jury, die sich aus Vertretern von Cosmote Romania und von weiteren rumänischen Unternehmen sowie aus dem akademischen Umfeld zusammensetzte, führte mit 25 Kandidaten Bewerbungsgespräche durch. Unter ihnen wurden fünf ambitionierte und talentierte Stipendiaten ausgewählt.

AMC – Stipendienprogramm zur Nachwuchsförderung.

Bereits im neunten Jahr in Folge unterstützt die albanische Landesgesellschaft AMC die besten Studenten öffentlicher Universitäten mit Studienstipendien in Höhe von je 1 500 Euro pro Jahr. Die Studenten kommen aus Bereichen mit Bezug zu den Geschäftsfeldern von AMC: Ingenieurwissenschaften, Wirtschaft, Finanzen und Recht.

Im Studienjahr 2010/11 qualifizierten sich 17 Studenten für das Stipendienprogramm: Zehn von ihnen befinden sich im ersten Studienjahr, weitere sieben Studenten werden für ihre seit 2007 gleichbleibend herausragenden Leistungen gefördert. Ein Stipendiat, der seit drei Jahren von AMC unterstützt wird und der in diesem Jahr seinen Bachelorabschluss machte, absolvierte im Unternehmen ein Praktikum. Die Übergabe der Stipendien fand in diesem Jahr das erste Mal in der AMC-Zentrale statt. Seitdem das Programm im Jahr 2002 gestartet wurde, erhielten 132 Studenten finanzielle Unterstützung durch AMC.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

Cosmote Greece:

- „Best Overall Report“ (Bravo Sustainable Development Awards 2010) für den Cosmote Greece CR-Bericht 2008
- „First Award Corporate Responsibility – 2010“ (Enterprising Rewards MONEY)
- Dritter Platz bei „Most Popular Company in CSR“ (Thalis & CEO & CSR Awards)
- Auszeichnung für das Programm „When You Have the Knowledge, the World is in Your Hands“ bei den fünften Corporate Social Responsibility Excellence Awards 2009

Globul:

- „Best Campaign Realized by an in-house PR Unit“ (BAPRA Bright Awards) für das Nachhaltigkeitsprogramm GLOBUL Green
- EFFIE Award 2010: Gold für die Kampagne „Give up your Paper Invoice“

Bulgarien Cosmote.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Cosmote, eine Tochtergesellschaft der OTE-Gruppe, ist mit über 21 Millionen Kunden in Griechenland, Albanien, Bulgarien und Rumänien der größte Mobilfunkanbieter Südosteuropas. Cosmote Greece und AMC (Albanien) sind Marktführer in ihren Ländern, während Globul die Nummer zwei im bulgarischen Markt und Cosmote Romania drittgrößter Mobilfunkanbieter Rumäniens ist.
Anzahl Kunden	21 300 000 <ul style="list-style-type: none"> ■ Cosmote Greece: 8 300 000 ■ AMC: 2 000 000 ■ Globul: 3 900 000 ■ Cosmote Romania: 6 700 000 (exklusive des Mobilfunkanbieters Zapp)
Anzahl Mitarbeiter	9 137
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008 (Cosmote ist eine 100-prozentige Tochter von <u>OTE</u>)
Weitere Informationen im Internet	www.cosmote.gr Weitere Informationen zum CR-Engagement der Gesellschaften: <ul style="list-style-type: none"> ■ Cosmote ■ AMC ■ Globul ■ Cosmote Romania
Lokaler CR-Bericht	Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen <u>CR-Bericht</u> . AMC veröffentlicht seit 2006 jährlich einen eigenen <u>CR-Bericht</u> .

(Stand: 4. Quartal 2010)



Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender OTE S.A.

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

„Angesichts der derzeit schwierigen Lage in Griechenland ist CR wichtiger denn je. OTE spielt in der griechischen Wirtschaft und Gesellschaft eine entscheidende Rolle. Das Unternehmen möchte seiner Verantwortung gerecht werden – zum einen durch Produkte und Dienste, zum anderen durch Initiativen zugunsten von Umwelt und Gesellschaft. Das sind wir als Marktführer der Gesellschaft schuldig!“

Unsere CR Highlights:

Cosmote Greece – Kostenloser Internetzugang für Schulen.

Cosmote Greece führte im Rahmen ihrer CR-Aktivitäten im November 2010 ein neues Programm ein: „Surfing the World“. Darin stattet sie bis Ende 2011 auf den griechischen Inseln Schulen mit PCs, WLAN-Routern, Multifunktionsgeräten und Webkameras aus. Dadurch sollen die Schüler und ihre Lehrer Zugang zum schnellen drahtlosen Breitbandinternet erhalten. Unterstützung erhält Cosmote Greece durch die Universität der Ägäis, die hierfür ein Internetportal entwickelt. Dieses soll den Bildungsprozess unterstützen und einen Ausgangspunkt für die Wissensvermittlung zu den neuen Technologien in jeder Schule darstellen. Mehr als 4 000 Schüler in über 1 000 Schulen sollen mit dem Programm erreicht werden.

Von der Ausweitung des Telekommunikationsnetzes in diesen Gegenden profitieren nicht nur die Schüler und Lehrer, sondern indirekt auch alle Bewohner der Inseln. Mit dem Projekt stellt sich Cosmote Greece der Herausforderung, den Menschen in entlegenen Gebieten einen Zugang zur Informationsgesellschaft zu ermöglichen – insbesondere im Rahmen des Bildungsprozesses.

Globul – Nationaler Tag der Naturparks in Bulgarien.

Bereits zum zweiten Mal in Folge arbeitete Globul im Rahmen einer langfristigen Kooperation mit dem WWF zusammen. Gemeinsam starteten sie im Vorfeld des „Nationalen Tags des bulgarischen Naturparks“ am 29. Mai 2010 eine zweiwöchige Aufklärungskampagne. Mit „Globul Green“ sollten das Bewusstsein der Menschen für ein umweltfreundliches Verhalten in Naturparks geschärft und präventiv zum Schutz der Umwelt ein langfristiges Umdenken bewirkt werden.

Am 29. Mai säuberten rund 3 000 freiwillige Helfer – darunter 120 Mitarbeiter von Globul – alle elf Naturparks in Bulgarien. Damit haben sich rund 30 Prozent mehr Menschen an dieser Aktion beteiligt als im Vorjahr. Insgesamt sammelten sie über 15 Tonnen Abfall in einigen der beliebtesten Erholungsgebiete in Bulgarien und verbesserten die Besucherinfrastruktur. Diese Aktion regte darüber hinaus viele engagierte Menschen dazu an, auch außerhalb der Parks die Natur von Müll zu befreien.

Film zum „Nationalen Tags des bulgarischen Naturparks“ 2010

Cosmote Romania – Stipendien für junge Talente.

Cosmote Romania unterstützt 2010 erstmals junge Talente mit Studienstipendien in ihrer Ausbildung. Die Jugendlichen müssen herausragende schulische Leistungen aufweisen und klare Vorstellungen von ihrer Karriere haben und erhalten für ihre Hochschulausbildung neun Monate lang finanzielle Unterstützung in Höhe von monatlich 150 Euro. Die Ausschreibung für das Stipendienprogramm fand zwischen September und November 2010 statt. Über das Portal <http://www.burselecosmote.ro/en> gingen 263 Anmeldungen ein, 195 davon konnten berücksichtigt werden. Eine Jury, die sich aus Vertretern von Cosmote Romania und von weiteren rumänischen Unternehmen sowie aus dem akademischen Umfeld zusammensetzte, führte mit 25 Kandidaten Bewerbungsgespräche durch. Unter ihnen wurden fünf ambitionierte und talentierte Stipendiaten ausgewählt.

AMC – Stipendienprogramm zur Nachwuchsförderung.

Bereits im neunten Jahr in Folge unterstützt die albanische Landesgesellschaft AMC die besten Studenten öffentlicher Universitäten mit Studienstipendien in Höhe von je 1 500 Euro pro Jahr. Die Studenten kommen aus Bereichen mit Bezug zu den Geschäftsfeldern von AMC: Ingenieurwissenschaften, Wirtschaft, Finanzen und Recht.

Im Studienjahr 2010/11 qualifizierten sich 17 Studenten für das Stipendienprogramm: Zehn von ihnen befinden sich im ersten Studienjahr, weitere sieben Studenten werden für ihre seit 2007 gleichbleibend herausragenden Leistungen gefördert. Ein Stipendiat, der seit drei Jahren von AMC unterstützt wird und der in diesem Jahr seinen Bachelorabschluss machte, absolvierte im Unternehmen ein Praktikum. Die Übergabe der Stipendien fand in diesem Jahr das erste Mal in der AMC-Zentrale statt. Seitdem das Programm im Jahr 2002 gestartet wurde, erhielten 132 Studenten finanzielle Unterstützung durch AMC.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

Cosmote Greece:

- „Best Overall Report“ (Bravo Sustainable Development Awards 2010) für den Cosmote Greece CR-Bericht 2008
- „First Award Corporate Responsibility – 2010“ (Enterprising Rewards MONEY)
- Dritter Platz bei „Most Popular Company in CSR“ (Thalis & CEO & CSR Awards)
- Auszeichnung für das Programm „When You Have the Knowledge, the World is in Your Hands“ bei den fünften Corporate Social Responsibility Excellence Awards 2009

Globul:

- „Best Campaign Realized by an in-house PR Unit“ (BAPRA Bright Awards) für das Nachhaltigkeitsprogramm GLOBUL Green
- EFFIE Award 2010: Gold für die Kampagne „Give up your Paper Invoice“

Albanien Cosmote.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Cosmote, eine Tochtergesellschaft der OTE-Gruppe, ist mit über 21 Millionen Kunden in Griechenland, Albanien, Bulgarien und Rumänien der größte Mobilfunkanbieter Südosteuropas. Cosmote Greece und AMC (Albanien) sind Marktführer in ihren Ländern, während Globul die Nummer zwei im bulgarischen Markt und Cosmote Romania drittgrößter Mobilfunkanbieter Rumäniens ist.
Anzahl Kunden	21 300 000 <ul style="list-style-type: none"> ■ Cosmote Greece: 8 300 000 ■ AMC: 2 000 000 ■ Globul: 3 900 000 ■ Cosmote Romania: 6 700 000 (exklusive des Mobilfunkanbieters Zapp)
Anzahl Mitarbeiter	9 137
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008 (Cosmote ist eine 100-prozentige Tochter von <u>OTE</u>)
Weitere Informationen im Internet	www.cosmote.gr Weitere Informationen zum CR-Engagement der Gesellschaften: <ul style="list-style-type: none"> ■ Cosmote ■ AMC ■ Globul ■ Cosmote Romania
Lokaler CR-Bericht	Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen <u>CR-Bericht</u> . AMC veröffentlicht seit 2006 jährlich einen eigenen <u>CR-Bericht</u> .

(Stand: 4. Quartal 2010)



Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender OTE S.A.

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

„Angesichts der derzeit schwierigen Lage in Griechenland ist CR wichtiger denn je. OTE spielt in der griechischen Wirtschaft und Gesellschaft eine entscheidende Rolle. Das Unternehmen möchte seiner Verantwortung gerecht werden – zum einen durch Produkte und Dienste, zum anderen durch Initiativen zugunsten von Umwelt und Gesellschaft. Das sind wir als Marktführer der Gesellschaft schuldig!“

Unsere CR Highlights:

Cosmote Greece – Kostenloser Internetzugang für Schulen.

Cosmote Greece führte im Rahmen ihrer CR-Aktivitäten im November 2010 ein neues Programm ein: „Surfing the World“. Darin stattet sie bis Ende 2011 auf den griechischen Inseln Schulen mit PCs, WLAN-Routern, Multifunktionsgeräten und Webkameras aus. Dadurch sollen die Schüler und ihre Lehrer Zugang zum schnellen drahtlosen Breitbandinternet erhalten. Unterstützung erhält Cosmote Greece durch die Universität der Ägäis, die hierfür ein Internetportal entwickelt. Dieses soll den Bildungsprozess unterstützen und einen Ausgangspunkt für die Wissensvermittlung zu den neuen Technologien in jeder Schule darstellen. Mehr als 4 000 Schüler in über 1 000 Schulen sollen mit dem Programm erreicht werden.

Von der Ausweitung des Telekommunikationsnetzes in diesen Gegenden profitieren nicht nur die Schüler und Lehrer, sondern indirekt auch alle Bewohner der Inseln. Mit dem Projekt stellt sich Cosmote Greece der Herausforderung, den Menschen in entlegenen Gebieten einen Zugang zur Informationsgesellschaft zu ermöglichen – insbesondere im Rahmen des Bildungsprozesses.

Globul – Nationaler Tag der Naturparks in Bulgarien.

Bereits zum zweiten Mal in Folge arbeitete Globul im Rahmen einer langfristigen Kooperation mit dem WWF zusammen. Gemeinsam starteten sie im Vorfeld des „Nationalen Tags des bulgarischen Naturparks“ am 29. Mai 2010 eine zweiwöchige Aufklärungskampagne. Mit „Globul Green“ sollten das Bewusstsein der Menschen für ein umweltfreundliches Verhalten in Naturparks geschärft und präventiv zum Schutz der Umwelt ein langfristiges Umdenken bewirkt werden.

Am 29. Mai säuberten rund 3 000 freiwillige Helfer – darunter 120 Mitarbeiter von Globul – alle elf Naturparks in Bulgarien. Damit haben sich rund 30 Prozent mehr Menschen an dieser Aktion beteiligt als im Vorjahr. Insgesamt sammelten sie über 15 Tonnen Abfall in einigen der beliebtesten Erholungsgebiete in Bulgarien und verbesserten die Besucherinfrastruktur. Diese Aktion regte darüber hinaus viele engagierte Menschen dazu an, auch außerhalb der Parks die Natur von Müll zu befreien.

Film zum „Nationalen Tags des bulgarischen Naturparks“ 2010

Cosmote Romania – Stipendien für junge Talente.

Cosmote Romania unterstützt 2010 erstmals junge Talente mit Studienstipendien in ihrer Ausbildung. Die Jugendlichen müssen herausragende schulische Leistungen aufweisen und klare Vorstellungen von ihrer Karriere haben und erhalten für ihre Hochschulausbildung neun Monate lang finanzielle Unterstützung in Höhe von monatlich 150 Euro. Die Ausschreibung für das Stipendienprogramm fand zwischen September und November 2010 statt. Über das Portal <http://www.burselecosmote.ro/en> gingen 263 Anmeldungen ein, 195 davon konnten berücksichtigt werden. Eine Jury, die sich aus Vertretern von Cosmote Romania und von weiteren rumänischen Unternehmen sowie aus dem akademischen Umfeld zusammensetzte, führte mit 25 Kandidaten Bewerbungsgespräche durch. Unter ihnen wurden fünf ambitionierte und talentierte Stipendiaten ausgewählt.

AMC – Stipendienprogramm zur Nachwuchsförderung.

Bereits im neunten Jahr in Folge unterstützt die albanische Landesgesellschaft AMC die besten Studenten öffentlicher Universitäten mit Studienstipendien in Höhe von je 1 500 Euro pro Jahr. Die Studenten kommen aus Bereichen mit Bezug zu den Geschäftsfeldern von AMC: Ingenieurwissenschaften, Wirtschaft, Finanzen und Recht.

Im Studienjahr 2010/11 qualifizierten sich 17 Studenten für das Stipendienprogramm: Zehn von ihnen befinden sich im ersten Studienjahr, weitere sieben Studenten werden für ihre seit 2007 gleichbleibend herausragenden Leistungen gefördert. Ein Stipendiat, der seit drei Jahren von AMC unterstützt wird und der in diesem Jahr seinen Bachelorabschluss machte, absolvierte im Unternehmen ein Praktikum. Die Übergabe der Stipendien fand in diesem Jahr das erste Mal in der AMC-Zentrale statt. Seitdem das Programm im Jahr 2002 gestartet wurde, erhielten 132 Studenten finanzielle Unterstützung durch AMC.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

Cosmote Greece:

- „Best Overall Report“ (Bravo Sustainable Development Awards 2010) für den Cosmote Greece CR-Bericht 2008
- „First Award Corporate Responsibility – 2010“ (Enterprising Rewards MONEY)
- Dritter Platz bei „Most Popular Company in CSR“ (Thalis & CEO & CSR Awards)
- Auszeichnung für das Programm „When You Have the Knowledge, the World is in Your Hands“ bei den fünften Corporate Social Responsibility Excellence Awards 2009

Globul:

- „Best Campaign Realized by an in-house PR Unit“ (BAPRA Bright Awards) für das Nachhaltigkeitsprogramm GLOBUL Green
- EFFIE Award 2010: Gold für die Kampagne „Give up your Paper Invoice“

Deutschland

Telekom Deutschland.

Ausführliche Informationen zum CR-Engagement der Telekom in Deutschland finden Sie in allen Kapiteln dieses Berichtes

Großbritannien T-Systems UK.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems UK ist einer der führenden ICT-Dienstleister in Großbritannien. Dank der Unterzeichnung großer Kundenverträge mit BP, TUI Travel und Everything Everywhere, die den Markt für Cloud Computing und vereinheitlichte Kommunikation prägen, stieg der Umsatz in den letzten zwei Jahren um durchschnittlich jährlich 13 Prozent (und damit sechs mal schneller als der Markt). T-Systems ist in Großbritannien branchenübergreifend aktiv, der Schwerpunkt liegt jedoch auf der Zusammenarbeit mit den großen Versorgerunternehmen Centrica und E.ON - und damit auf dem Ziel führender Entwickler von Smart Grid und Smart Metering Lösungen zu werden.
Anzahl Kunden	Von Großbritannien aus unterstützt T-Systems UK sowohl lokale als auch globale Kunden, darunter führende Markenunternehmen wie Shell, BP, E.ON, Centrica, RSA, Volkswagen, TUI Travel, Phillips, Everything Everywhere und EADS.
Anzahl Mitarbeiter	1 100 Vollzeitstellen
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.co.uk

(Stand: 1. Quartal 2011)

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

„Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist ein wichtiges Element der britischen Geschäftsstrategie. Auch unsere Kunden möchten zunehmend mit Zulieferern zusammenarbeiten, die deren Corporate-Social-Responsibility(CSR)-Prinzipien teilen und sie dabei unterstützen, ihre CSR-Ziele zu erreichen.

Vor dem Hintergrund der britischen CO₂ Reduktionsziele, widmen sich Unternehmen mit mehr Zeit der Frage, wie sie mithilfe neuer Technologien ihre Energieeffizienz steigern können. T-Systems kann in mehrfacher Hinsicht zu dieser Herausforderung beitragen:

- Mobilitätslösungen ermöglichen Mitarbeitern ihre Arbeit überall dort zu erledigen, wo sie sich gerade aufhalten und reduzieren damit auch Reisetätigkeiten.
- Dynamische, netzwerkbasierte Beschaffungslösungen ermöglichen Unternehmen ihre benötigte Rechnerkapazität zu reduzieren.
- Smart Metering Lösungen ermöglichen Konsumenten und Versorgungsunternehmen in Echtzeit ihren eigenen Energieverbrauch einzusehen und Maßnahmen zur Reduktion zu ergreifen.
- Smart Grid Lösungen ermöglichen der Energiebranche erneuerbare Energien in das Netz einzuspeisen und Überschüsse aus traditionellen Energiequellen zu reduzieren.

CSR spielt aus Sicht unserer Mitarbeiter auch bei der Festlegung unserer Werte eine wichtige Rolle. Im Rahmen von „Breakthrough“, unserem Programm zum Kulturwandel in England, konnten wir im Unternehmen ein starkes Interesse daran feststellen, den Gemeinden, in denen wir tätig sind, etwas „zurückzugeben“. Ziel von „Breakthrough“ ist es, durch ein stärkeres Engagement unserer Mitarbeiter deren Identifikation mit dem Unternehmen zu steigern und unsere Unternehmensleistungen zu verbessern. Unter Einbindung der Führungsebene wurde eine CSR-Arbeitsgruppe gegründet, die einen Ansatz formulierte, der mit der Konzernstrategie „Verbessern – Verändern – Erneuern“ im Einklang steht. Dieser verfolgt das Ziel, unsere Beschäftigten einzubinden, ihnen Handlungsmöglichkeiten einzuräumen und ihnen zu ermöglichen, unser gesellschaftliches Engagement mitzugestalten.

Eine der ersten Maßnahmen der CSR-Arbeitsgruppe war es, einen Rahmen für unser wohlwütiges Engagement zu schaffen – für das Jahr 2011 kooperieren wir hierfür mit „The Respite Association“. Dieser gemeinnützige Verein unterstützt Menschen, die ihre Angehörigen

pflügen, und hilft ihnen, Abstand von ihrem aufopfernden Einsatz für andere zu gewinnen. T-Systems hat das Rebranding der „Respite Association“ finanziert, durch das der Verein sich und seine Dienstleistungen besser vermarkten kann. Unser Systemintegrationsteam entwickelt derzeit gemeinsam mit Vertretern des Vereins eine neue Website, die im Jahr 2011 online gehen soll.

Zusätzliche Spenden-Aktivitäten werden von dem lokalen Sport- und Gesellschaftsclub koordiniert und haben bis heute fast 3 000 Pfund eingebracht. Diese Summe wird vom Unternehmen verdoppelt. Unser Ziel ist bis zum Jahresende 2011 10 000 Pfund gesammelt zu haben.“

Daniela Zuin, Head of Strategy Development

Unser CR Highlight:

Luftkühlung in T-Systems-Druckzentren.

Für einen effizienten und kontinuierlichen Betrieb von Druckzentren ist eine gleichbleibende Raumtemperatur von unter 29°C notwendig. Besonders in heißen Sommermonaten kann es zu einem Temperaturanstieg auf über 30°C kommen, was zu Ausfällen bei Maschinen und Gesundheitsgefährdungen der Mitarbeiter führen kann. Um das zu vermeiden, wurden Luftkühlungsanlagen gemietet, die nicht nur viel Platz in Anspruch nehmen, sondern auch besonders teuer sind. Die Stromkosten für die gemieteten Geräte waren mit 273 000 Britischen Pfund pro Jahr, umgerechnet rund 320 120 Euro, untragbar hoch. Gleichbleibend hohe Öl- und Strompreise veranlassten T-Systems UK, den Elektrizitätsverbrauch und die Energieausgaben zu reduzieren. Auch die Kunden erwarten von Unternehmen zunehmend Nachweise über „grüne“ Verfahren sowie Maßnahmen zur Reduktion ihres CO₂-Fußabdrucks und zur Erfüllung der ISO-14001-Norm.

So wurde im Zeitraum von Juli bis Oktober 2010 in zwei Druckzentren von T-Systems UK das besonders energieeffiziente System „Air Economizer“ eingebaut. Das System beruht auf einem einfachen Umluftverfahren: Die von Maschinen erwärmte Luft wird nach außen transportiert, während kühle Außenluft nach innen gepumpt wird. Theoretisch müssen die Räume erst ab einer Außentemperatur von über 29°C gekühlt und unter 12°C zusätzlich geheizt werden. Ersten Angaben des einen Druckzentrums zufolge könnten pro Quartal bis zu 60 000 KWh Strom gespart und damit pro Standort jährlich rund 100 Tonnen CO₂ vermieden werden.

Das System ist in jedem Fall vorteilhaft für T-System UK: Wir reduzieren unseren CO₂-Fußabdruck und zugleich auch die Energieausgaben. Wir müssen dadurch auch weniger Klimazertifikate der britischen Regierung im Rahmen des „Carbon Reduction Commitment“ erwerben. Zukünftig wollen wir vergleichbare Ansätze auch auf unsere Rechenzentren übertragen.

Südafrika

T-Systems South Africa.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems South Africa ist mit einem Marktanteil von 7,7 Prozent der drittgrößte ICT-Dienstleister in Südafrika. Im Bereich Full IT Outsourcing ist das Unternehmen führender Anbieter am lokalen Markt.
Anzahl Kunden	152
Anzahl Mitarbeiter	2 047
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	1997
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.co.za



Collin Govender, Vice President Human Resources

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

„Um als multinationales Unternehmen in Südafrika erfolgreich zu agieren, ist es unsere Pflicht, uns für die sozialen Belange des Landes zu engagieren. Dazu gehört, dass wir die rechtlichen Voraussetzungen für Gleichstellung am Arbeitsplatz (Employment Equity (EE)) und die Stärkung der schwarzen Bevölkerung (Black Economic Empowerment (BEE)) erfüllen sowie unsere BEE-Bewertung wo möglich verbessern. Auf diesem Weg können wir wirtschaftlich wachsen und uns als „Employer of Choice“

bewähren – einen bevorzugten Arbeitgeber, der seine Marke lebt, der IT-Branche Seele verleiht und somit einen attraktiven Arbeitsplatz bietet.“

Unser CR Highlight:

CIDA ICT Academy – Förderung des IT-Nachwuchses.

In Südafrika ist für Menschen mit schwarzer Hautfarbe der Zugang zu höherer Bildung historisch bedingt eine besondere Herausforderung. Die Apartheidgesetze hatten Schwarze von der aktiven Beteiligung an der Wirtschaft ausgeschlossen, was negative finanzielle Folgen für deren Familien hatte. Dieser Umstand wiederum erschwerte bis heute jugendlichen Farbigen den Zugang zu Hochschulbildung. Um diesem gesellschaftlichen Problem entgegenzuwirken, wurde im Jahr 2000 der „CIDA (Community and Individual Development Association) City Campus“ in Johannesburg gegründet, eine gemeinnützig ausgerichtete, staatlich anerkannte Privathochschule. Studenten, die aus schwierigen wirtschaftlichen Verhältnissen stammen, können hier in einem dreijährigen Programm einen Bachelor of Business Administration erwerben.

Vor dem Hintergrund des IT-Fachkräftemangels in Südafrika gründete T-Systems South Africa im Jahr 2003 mit weiteren Akteuren der südafrikanischen ICT-Industrie und dem CIDA City Campus die CIDA ICT Academy. Ziel der Akademie ist es, Fachkräfte mit einschlägigen ICT-Fertigkeiten und Kompetenzen auszubilden, um so der jungen Generation eine aktive Beteiligung an einer nachhaltigen und wettbewerbsfähigen südafrikanischen Wirtschaft zu ermöglichen. Der tägliche Unterricht wird durch praktische Erfahrungen ergänzt, die die Studenten bei den kooperierenden Unternehmen in den Semesterferien sammeln.

Innerhalb der letzten zwölf Monate ist die Anzahl der Studenten an der CIDA ICT Academy um 16,5 Prozent angestiegen. Zugleich verdoppelte sich die Anzahl der Studenten, die ein Praktikum bei T-Systems South Africa absolvierten. Zwischen 2006 und 2010 waren insgesamt 41 Studenten der CIDA ICT Academy entweder in Vollzeit oder als Praktikanten bei T-Systems South Africa beschäftigt. Die Akademie kann eine hohe Erfolgsquote aufweisen: 85 Prozent aller Studenten finden nach Abschluss ihres Studiums eine Beschäftigung.

Verwaltet wird die ICT Academy durch T-Systems South Africa. Unter den 14 Mitarbeitern sind zehn Absolventen der Akademie.

Singapore T-Systems Singapore.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Singapore ist in Südasiens aktiv, vor allem in Thailand, Indien, Vietnam und auf den Philippinen. Das Unternehmen bietet internationalen Geschäftskunden voll integrierte ICT-Lösungen von Computing Services über Desktop- und Netzwerkdienstleistungen bis hin zu Systemintegration und umfassenden Outsourcing Services. Gemessen am Umsatz liegt T-Systems Singapore im asiatischen Markt im Bereich Telekommunikations-Services an 42. Stelle und bezüglich IT-Dienstleistungen auf dem 112. Platz.
Anzahl Kunden	rund 250
Anzahl Mitarbeiter	rund 160
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	1990
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.com.sg



Uwe Schlager, Managing Director T-Systems Singapore und Indien

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

„Singapur nimmt in Asien eine Schlüsselposition ein und pflegt wichtige diplomatische Beziehungen mit seinen Nachbarländern. Daher ist für T-Systems Singapore unternehmerische Verantwortung eine wichtige Säule der Unternehmenskultur, um eine nachhaltige Zukunft für unsere Kunden, Mitarbeiter und Akteure in der Region aufzubauen.“

Unser CR Highlight:

Weihnachtsaktion „Adopt-a-Christmas-Joy“.

Im Jahr 2010 hat T-Systems Singapore gemeinsam mit der NGO Highpoint Community Services Association eine Weihnachtsfeier für 100 Kinder aus Familien mit niedrigem Einkommen organisiert. Dabei wurden ehemalige Straftäter eingebunden, um ihnen die Integration

in die Gesellschaft zu erleichtern. Die Highpoint Community Services Association unterstützt ehemalige Straftäter und ihre Familien bei der Rückkehr in ein geregeltes Leben.



„Adopt-a-Christmas-Joy“

Mit „Adopt-a-Christmas-Joy“ wollte T-Systems Singapore zwei Ziele erreichen: den Kindern ein gelungenes Fest bereiten und den ehemaligen Straftätern durch die Mitarbeit wieder gesellschaftliches Ansehen verschaffen. Die Mitarbeiter von T-Systems haben mit Spenden von jeweils 10 Singapur-Dollar (rund 6 Euro) das Essen, das Programm und die Geschenke für die Kinder zu 40 Prozent finanziert.

Malaysia T-Systems Malaysia.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Malaysia bietet Kunden weltweit ICT-Lösungen an. Sitz des Unternehmens ist Cyberjaya. Rund 1 000 Mitarbeiter nutzen die globalen Produktionsstandorte, darunter auch ein Datenzentrum in Malaysia, um wichtige unterstützende Dienstleistungen anzubieten.
Anzahl Kunden	Zwei multinationale Unternehmen sowie mehrere Unternehmen aus der Asien-Pazifik-Region
Anzahl Mitarbeiter	rund 1 000
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.com.my



Chris Wilson, MD & VP ICT Operations of T-Systems Malaysia

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

„Malaysia ist sehr stolz auf seine vielfältige Kultur. Eine Balance zwischen Beruf und Privatleben hat hier großes Gewicht. Als internationales Unternehmen mit einem strategisch wichtigen Standort in Malaysia ist es für T-Systems wichtig, die kulturelle Vielfalt vor Ort zu respektieren und ihr durch entsprechend ausgerichtete Arbeitsbedingungen Rechnung zu tragen. T-Systems Malaysia wurde von der malaysischen Regierung während seiner Gründungsjahre unterstützt. Als Teil der unternehmerischen Verantwortung ist es wichtig, dass sich T-Systems im Gegenzug für die lokale und nationale Gemeinschaft engagiert.“

Seit der Gründung im Jahr 2008 hat T-Systems Malaysia seine Mitarbeiter aufgefordert und dabei

unterstützt, Spendengelder für benachteiligte Gruppen in unserer Gesellschaft zu sammeln. Im Jahr 2010 kamen diese Spenden Waisenkindern vor Ort zugute. Wir erhöhen die Work-Life-Balance mit unternehmensübergreifenden Spielen, beispielsweise mit Shell und anderen IT-Unternehmen wie HP und AT&T. Das trägt zur Netzwerkarbeit und Teamarbeit außerhalb des üblichen Arbeitsumfelds bei. Wir setzen uns darüber hinaus für Diversity und Inclusiveness – also Vielfalt und Integration – ein. Mithilfe der DCAN-Arbeitsgruppe stärken wir die kulturelle Sensibilität.“

Unser CR Highlight:

Spendenkampagnen nach Taifun und Erdbeben.

Im Oktober 2009 rief T-Systems Malaysia dazu auf, für die Betroffenen des Tropensturms Ketsana auf den Philippinen und die Erdbebenopfer in Padang, Indonesien, zu spenden.



Spendenkampagne

Die Geschäftsführung von T-Systems Malaysia unterstützte diesen Spendenaufruf, indem sie die Mitarbeiterspenden persönlich nochmals aufstockten. Für die Betroffenen des Taifuns Ketsana wurden 6 500 Malaysische Ringgit (rund 1 540 Euro) gesammelt. An die Erdbebenopfer in Padang wurden 5 000 Malaysische Ringgit (rund 1 190 Euro) gespendet. Alle Spenden wurden durch die Organisation Malaysian Red Crescent Society (MRCS) über die entsprechenden lokalen Unterorganisationen in Manila, auf den Philippinen und Pandang verteilt.

Italien T-Systems Italia.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Italia ist einer der führenden Dienstleister für ICT in Italien.
Anzahl Kunden	rund 80
Anzahl Mitarbeiter	rund 500
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.it



Paola Simona Pavero, Head of Marketing & Communication

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

„Einen guten Ruf als Arbeitnehmer und die Motivation der Mitarbeiter sichern wir uns durch die Verbesserung der Lebensbedingungen und der Gesundheit unserer Beschäftigten. Deren körperliches und seelisches Wohlbefinden ist eine wichtige Grundlage für T-Systems Italia, um unseren Kunden einen Service in gleichbleibend hoher Qualität zu liefern. Daher sind Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz wichtige strategische Ziele des Unternehmens.“

Unser CR Highlight: eLearning in Burundi.

Seit mittlerweile drei Jahren stellt T-Systems Italia verschiedenen NGOs in und außerhalb von Italien kostenlos Computer zur Verfügung. Ein Schwerpunkt des Engagements liegt dabei auf

dem ostafrikanischen Land Burundi. Grundstein für unser Engagement dort war die Gründung der Organisation WITAR, einer Alumnivereinigung der technischen Hochschule Alessandro Rossi, im Jahr 1999. Ziel der NGO ist es, die Vermittlung technischen Wissens in Entwicklungsländern zu fördern.



eLearning in Burundi

Mit großem Enthusiasmus begann im Jahr 2003 eine Gruppe Freiwilliger von WITAR, die Gebäude des Lycée Technique A. Rossi in Ngozi (Burundi) wiederaufzubauen. Sie richteten Laboratorien ein und organisierten Workshops. Um den burundischen Studenten zu ermöglichen, ihr theoretisch erworbenes Wissen in den Bereichen Elektronik, Elektromechanik und Computerwartung auch in der Praxis zu üben und anzuwenden, stellten sie die notwendige technische Ausstattung zur Verfügung.

2005 wurde die Unterstützung um ein eLearning-Programm zwischen Italien und Burundi

ausgeweitet. Michele Popescu, Abteilungsleiter Desktop Services & Solutions bei T-Systems Italia, leitet das Projekt. Er analysiert den Bedarf der Studenten in Burundi und koordiniert deren Versorgung mit Computern, die seine Abteilung zur Verfügung stellt. Zusammen mit einer von Eutelsat gestifteten Sattelitenverbindung ermöglichen die Computer nun nicht nur das Lernen vor Ort. Die Studenten können sich mithilfe der Ausstattung mit italienischen Partnern im Rahmen von eLearnings austauschen. Durch den unbegrenzten Internetzugang können sie ein breites Angebot an Online-Trainings nutzen. Das ist von besonders großem Wert, da vor Ort weder Bibliotheken noch aktuelle Bücher zur Verfügung stehen.

Bildmaterial zum Bildungsengagement von T-Systems Italia in Burundi (nur in Italienisch verfügbar)

Spanien T-Systems Iberia.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Iberia ist auf dem spanischen ICT-Markt mit einem Marktanteil von 3,43 Prozent der achtgrößte Anbieter von IT-Services für Geschäftskunden.
Anzahl Kunden	2 457
Anzahl Mitarbeiter	4 583
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.es



Mr. Antonio Turmo, Managing Director, T-Systems Iberia

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

„Wir haben ein umfassendes Programm gestartet, um CR in unserem Unternehmen zu verankern. Hierzu analysierten wir unter anderem die Erwartungen unserer Anspruchsgruppen und die Aktivitäten innerhalb unserer Branche. Wir kamen zu der Schlussfolgerung, dass CR-Aktivitäten sehr unterschiedlich ausgestaltet sind, obwohl die Integration von Nachhaltigkeitskriterien in Managementstrukturen eine gängige Praxis bei

verantwortlich handelnden Unternehmen ist. Zugleich trägt vor dem Hintergrund des aktuellen Trends einer nachhaltigen Entwicklung in Spanien die Integration von CR in Unternehmensstrukturen zum Aufbau einer zukunftsfähigen Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt bei.

In einer weniger offensichtlichen Art und Weise als in anderen Ländern wird auch die spanische Gesellschaft zunehmend sensibler für die Herausforderungen der Nachhaltigkeit. Wir sind ein Land, das von den Auswirkungen des Klimawandels besonders betroffen ist und dessen Wirtschaft wächst. Dieser Moment erfordert Innovation und Verantwortung.

Die spanische Regierung bekennt sich zur Förderung von CR. Sie schuf das State Board of Social Responsibility, um einen kontinuierlichen Multistakeholder-Dialog zu pflegen und Maßnahmen zur Förderung von CR zu initiieren. Darüber hinaus verfolgt die Regierung eine einheitliche Gesetzgebung, die die soziale und ökologische Verantwortung von Unternehmen regelt, und hat eine Strategie zur nachhaltigen Entwicklung aufgestellt. Tatsächlich hat das spanische Verteidigungsministerium im November 2010 seinen ersten Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht.

In diesem Zusammenhang kann T-Systems Iberia eine wichtige Rolle bei der Förderung eines neuen, auf Innovation basierenden ökonomischen Modells spielen – und kann damit Teil der Lösung sein.“

Unser CR Highlight:

Strategische Verankerung von CR im Unternehmen.

T-Systems Iberia hat einen CR-Masterplan für die Jahre 2010 bis 2012 entwickelt und damit den Grundstein für die strategische und operative Integration von CR in alle relevanten Unternehmensprozesse gelegt. Der CR-Masterplan wurde im April 2010 vom lokalen CR-Komitee verabschiedet.

Im Rahmen des Masterplans wurde 2010 ein Teilprojekt zur Implementierung von CR in das unternehmensweite Controllingsystem gestartet. T-Systems Iberia integrierte 16 GRI-Indikatoren aus den Bereichen Personal und Compliance, zwölf GRI-Indikatoren aus dem Umweltbereich und acht der zehn CR KPI des Deutsche Telekom Konzerns in das Controllingsystem des Unternehmens. Mit der Integration dieser Indikatoren soll die Entwicklung von strategischen

Maßnahmen unterstützt werden, die zu mehr Nachhaltigkeit im Unternehmen führen.

USA

T-Mobile USA.

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 Mobilfunkanbieter in den USA (bezogen auf Umsatz und Kundenanzahl).
Anzahl Kunden	33 600 000
Anzahl Mitarbeiter	über 40 000
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001 bis 2011
Weitere Informationen im Internet	http://www.t-mobile.com

(Stand: 1.Quartal 2011)



Philipp Humm, CEO und Präsident von T-Mobile USA

investiert.“

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

„Wir sind stolz auf unsere Mitarbeiter, die sich dauerhaft für die Gesellschaft engagieren und im Rahmen unseres Freiwilligenprogramms „T-Mobile Huddle Up“ einen wichtigen Beitrag zum Wohle der Menschen vor Ort leisten. In den vergangenen fünf Jahren haben über 8 500 Mitarbeiter von T-Mobile USA knapp 70 000 Stunden ehrenamtliche Arbeit geleistet und 52 000 Kindern ein besseres Nachmittagsprogramm geschaffen. Zudem haben wir uns in diesem Jahr nach wie vor darauf konzentriert, in unserer Geschäftstätigkeit unsere

Treibhausgasemissionen zu verringern und deshalb in zahlreiche Umweltprogramme

Unser CR Highlight:

Corporate-Volunteering-Programm „Huddle Up“.

Das Corporate-Volunteering-Programm „Huddle Up“ von T-Mobile USA richtet sich vor allem an Kinder alleinerziehender Eltern in städtischen Gebieten. Sie sollen mit anderen Menschen in ihrer Nachbarschaft in Kontakt gebracht werden und eine positive Nachmittagsgestaltung kennenlernen. T-Mobile kooperiert hierzu mit [City Year](#), einer nationalen NGO, die die „T-Mobile Huddle Up Service“-Tage organisiert. An den Service-Tagen arbeiten 100 bis 300 T-Mobile-Mitarbeiter gemeinsam daran, öffentliche Räumlichkeiten zu verschönern. Auf diese Weise schaffen sie ein positives Umfeld, das die Kinder zum Lernen und Spielen einlädt.

Nun schon im sechsten Jahr wollen wir Ende 2011 68 Service-Tage durchgeführt haben, 10 500 Mitarbeiter werden sich insgesamt 84 000 Stunden ehrenamtlich engagiert und damit 57 000 Kindern erreicht haben. Unser Ziel dabei ist es, das Bewusstsein für die Bedeutung wertvoller Nachmittagsprogramme in den Gemeinden zu erhöhen. Durch „Huddle Up“ bereichern unsere Mitarbeiter das Leben unserer Kunden und die Gemeinden, in denen wir leben und arbeiten.

Das Programm ist auch ein wesentlicher Bestandteil unserer Bemühungen, T-Mobile zu einem „Best Place to Perform“ zu machen. Dass wir damit erfolgreich sind, zeigt das Feedback unserer Mitarbeiter zu den Service-Tagen: In Umfragen geben sie ihre Zufriedenheit mit der Teilnahme am Projekt mit einem Wert von 4,7 von 5 an.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- „2010 Most Ethical Company Award“ des Ethisphere Instituts
- Verschiedene lokale „Best Place to Work“-Auszeichnungen:
 - „King County's Best Workplaces Award“ für Recycling und Abfallreduktion
 - Auszeichnung als eines der besten großen Unternehmen durch die Idaho Business Review
 - „Top Workplaces“-Auszeichnung von der St. Petersburg Times
 - „Best Place to Work“-Auszeichnung des Tampa Bay Business Journal
 - Aufnahme in die Liste der „Metro Atlanta's Top 100 Workplaces“ der Atlanta Journal-Constitution
 - Auszeichnung „Oregon 100 Best“ für die T-Mobile Call Center in Salem und Redmond (Oregon Business Magazine)

Niederlande T-Mobile Netherlands.

[Profil in Landessprache](#)

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Netherlands ist das drittgrößte Mobilfunkunternehmen in den Niederlanden. 4,5 Millionen Privat- und Geschäftskunden nutzen die Mobilfunklösungen des Unternehmens. T-Mobile Netherlands betreibt eine moderne Mobilfunkinfrastruktur für Sprach- und Datendienste – im Hinblick auf Qualität und Schnelligkeit eines der besten und innovativsten Netzwerke Europas.
Anzahl Kunden	4 526 000
Anzahl Mitarbeiter	2 013
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.nl
Lokaler CR-Bericht	T-Mobile Netherlands hat ihren ersten lokalen CR-Bericht veröffentlicht (nur in Holländisch verfügbar).

(Stand: 4. Quartal 2010)



Bart Weijermars, Managing Director T-Mobile Netherlands BV

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

„Für T-Mobile Netherlands ist es von großer Bedeutung, zu einer besseren Umwelt und einer gesunden Zukunft für die kommenden Generationen beizutragen. CR ist die einzige Form des guten Geschäfts – und damit die wesentliche Voraussetzung für den nachhaltigen Erfolg des Unternehmens und seiner Stakeholder. Auch von außerhalb verzeichnen wir wachsende Aufmerksamkeit: Immer mehr Kunden – vor allem Firmenkunden – interessieren sich für unser CR-Engagement. Zusätzlich wird von staatlicher Seite zunehmend Transparenz im CR-Bereich erwartet.“

Unser CR Highlight:

Engagement für die Umwelt – Zertifizierung nach ISO 14001.

T-Mobile Netherlands leistet mithilfe ihres Umweltmanagementsystems einen positiven Beitrag für die Umwelt. Im März 2011 erhielten wir als erster Telekommunikationsanbieter in den Niederlanden das ISO-14001-Zertifikat.

Das Umweltmanagementsystem sorgt für die Sicherheit und Gesundheit aller unserer Mitarbeiter und für die Minimierung der Umweltauswirkungen unserer Geschäftstätigkeit. Mithilfe des Managementsystems wollen wir unsere Umwelt Schritt für Schritt besser machen.

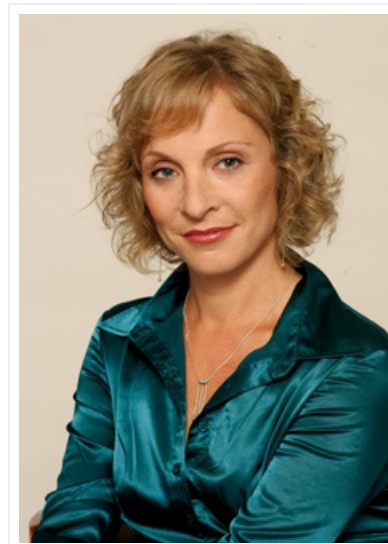
Für die Konzeption und Umsetzung des Managementsystems ist der Vorstand von T-Mobile verantwortlich. Jedes Jahr verpflichtet er sich zu konkreten Zielen, um Umweltverschmutzungen durch das Unternehmen zu vermeiden. Darüber hinaus setzt sich der Vorstand dafür ein, dass diese Politik innerhalb der Belegschaft kommuniziert und von den Beschäftigten angenommen wird. Jeder Mitarbeiter trägt Verantwortung dafür, dass die Vorschriften des Managementsystems im Arbeitsalltag eingehalten werden.

2010 wurden viele Maßnahmen angestoßen, die auf eine Verringerung unserer Umweltbelastung hinarbeiten. Diese reichen von dem Einsatz erneuerbarer Energien, dem Angebot digitaler Rechnungen, der Verwendung von Niedrigenergiebeleuchtung über die Sammlung von gebrauchten Handys bis hin zur Optimierung der Logistik.

Tschechien T-Mobile Czech Republic.

[Profil in Landessprache](#)

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Czech Republic ist mit 41 Prozent Marktanteil der führende Mobilfunkanbieter in Tschechien.
Anzahl Kunden	5 460 000
Anzahl Mitarbeiter	2 500
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	1996
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.cz



Martina Kemrová, Senior Head of Corporate Communication

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

„Im Jahr 2010 konzentrierten sich die Aktivitäten von T-Mobile Czech Republic im Bereich Corporate Social Responsibility (CSR) in erster Linie darauf, Ressourcen und Wissen im Unternehmen zu nutzen, um aktuellen gesellschaftlichen Themen im Zusammenhang mit dem Kerngeschäft zu begegnen. Wir sind der Überzeugung, dass der wirtschaftliche Erfolg eines Unternehmens untrennbar mit dem Erfolg der Gesellschaft verbunden ist. CSR ist nicht länger etwas, das ein Unternehmen in der Öffentlichkeit besser aussehen lässt und abgeschafft werden kann, sobald Budgets gekürzt werden müssen. Im Gegenteil: Davon, dass im Rahmen von CSR soziale Probleme gelöst werden, profitiert das gesamte Unternehmen – und nicht nur sein Image. Wir sind davon überzeugt, dass eine Kooperation mit der Gemeinschaft zur Problemlösung sinnvoller

ist als das Verteilen von Geld, auch wenn das gut gemeint sein mag.“

Unser CR Highlight:

PR-Workshops für gemeinnützige Organisationen.

Gemeinsam mit der [VIA-Stiftung](#) bot T-Mobile Czech Republic 2010 vier kostenlose PR-Workshops für NGOs an. Ziel der Workshops ist es, NGO-Vertretern zu vermitteln, wie zeitgemäße Medienarbeit funktioniert und wie sie darüber die öffentliche Aufmerksamkeit für ihre Projekte steigern können.

Der erste Workshop fand am 28. April 2010 in der T-Mobile-Zentrale in Prag statt. Das Angebot stieß bei den gemeinnützigen Organisationen auf so regen Zuspruch, dass einige Interessenten aus Kapazitätsgründen abgelehnt werden mussten. Das Feedback der insgesamt 109 Teilnehmer von 106 verschiedenen NGOs war durchweg positiv. Im Seminar vermittelten PR-Experten von T-Mobile Czech Republic und Journalisten vor allem Praxiswissen – beispielsweise wie eine Pressemitteilung geschrieben wird oder was es bei einem Interview mit einem Journalisten zu beachten gibt. Zudem war ein professioneller Fotograf bei den Workshops anwesend, der Werbematerialien der teilnehmenden NGOs kostenlos fotografierte – Bildmaterial für deren Websites.

Über die Workshops möchten wir NGOs helfen, sich selbst gut in den Medien zu präsentieren und darüber eine stärkere Aufmerksamkeit für ihre Arbeit zu gewinnen. Denn oft fehlt es NGOs hierbei an ausreichenden Ressourcen oder Wissen und ihre wichtige und interessante Arbeit bleibt einer breiten Öffentlichkeit und damit auch potenziellen Sponsoren verborgen.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- „TOP Philanthropist Award“ in der Kategorie „Responsible Partnership with Employees 2010“

Österreich 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 3,8 Millionen Kunden und ist damit der zweitgrößte Mobilfunkanbieter Österreichs.
Anzahl Kunden	3 800 000
Anzahl Mitarbeiter	1 400
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2000
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.at



Robert Chvátal, CEO T-Mobile Austria

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

„Wir tragen als großes Unternehmen große Verantwortung für Österreichs Gesellschaft und Umwelt. Deshalb gehen wir mit gutem Beispiel voran: Durch Aktivitäten, die den Klimaschutz in Österreich vorantreiben sollen – wie etwa die Investitionen in ein energieeffizientes Mobilfunknetz und die Förderung von heimischen Umweltprojekten mit dem T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds –, und andererseits durch soziales Engagement, das sich vor allem gegen Ausgrenzung starkmacht. T-Mobile ist wie im Vorjahr Hauptsponsor des Life Ball. Dieses größte und spektakulärste Charity-Event Europas ist ein lautstarkes und farbenfrohes Manifest für das Leben und den Kampf gegen HIV und AIDS. Darüber hinaus ist es uns wichtig, einen Beitrag zu Integration und Bildung zu leisten. T-Mobile

hat die Lehre zum/zur Einzelhandelskaufmann/frau mit Schwerpunkt Telekommunikation entwickelt und ist damit seit Jahren federführend in der Lehrlingsausbildung. Wir arbeiten dabei auch erfolgreich mit dem Verein lobby.16 zusammen, der minderjährigen Flüchtlingen dabei hilft, in Österreich Fuß zu fassen.

Unser CR Highlight:

Engagement für junge Flüchtlinge in Österreich.

T-Mobile Austria unterstützt seit 2010 [lobby.16](#). Diese NGO setzt sich für junge Flüchtlinge ein, die in Österreich ohne elterliche Fürsorge leben – insbesondere für deren Recht auf Bildung. Ziel des Projekts ist es, den Jugendlichen eine faire Chance zu geben, damit sie so aktiv einen Beitrag zur Gesellschaft leisten können. Viele von ihnen scheitern oft bei der Bewerbung, da sie keinen lückenlosen Lebenslauf vorweisen können. T-Mobile bindet die an ihr interessierten Jugendlichen trotzdem in den Recruitingprozess mit ein. Drei lobby.16-Schützlinge haben es aus eigener Kraft in den Lehrlingsausbildungsprozess geschafft und mit dem 2. August 2010 ihre Lehre begonnen. Darauf sind sie sehr stolz, denn es bewerben sich jedes Jahr rund 1 000 Jugendliche um eine Lehrstelle bei T-Mobile.

Wie lobby.16 glauben auch wir an das Potenzial, das in diesen jungen Menschen steckt, deshalb arbeitet T-Mobile gemeinsam mit lobby.16 daran, ein neues Konzept umzusetzen, das noch früher ansetzt: ein Traineeprogramm für lobby.16-Jugendliche, die sich für die Ausbildung bei T-Mobile interessieren. Es geht darum, die Jugendlichen schon im Vorfeld fit für den Arbeitsmarkt zu machen – mit Deutsch- und Mathematikkursen, interkulturellen sowie Verkaufstrainings und Praktika im Shop.

Darüber hinaus unterstützt die Marke tele.ring mit Prepaid-Handys und einem monatlichen

Gesprächsguthaben im Wert von 20 Euro die von lobby.16 betreuten Jugendlichen, um ihnen den Kontakt untereinander zu erleichtern.

Kroatien T-Hrvatski Telekom.

[Profil in Landessprache](#)

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.	
Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Hrvatski Telekom nimmt im kroatischen Markt in allen Geschäftsfeldern die führende Marktposition ein: Im Mobilfunkmarkt beträgt der Marktanteil 46,7 Prozent, in den Bereichen Festnetz und im Internet ist das Unternehmen Marktführer.
Anzahl Kunden	Mobilfunk: 3 000 000 Festnetz: 1 400 000 Internet (ADSL): 642 000 TV: 317 000
Anzahl Mitarbeiter	6 267
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	1999
Weitere Informationen im Internet	http://www.t.ht.hr/

(Stand: 1. Quartal 2011)



Ivica Mudrinić, CEO von T-Hrvatski Telekom

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

„CR ist im Einklang mit den Interessen unserer Stakeholder vollständig in die langfristige Strategie der T-Hrvatski Telekom Gruppe integriert. Zudem haben wir eine ausgereifte interne Richtlinie zum Umweltschutz und haben uns zu den Grundsätzen des Global Compact der Vereinten Nationen verpflichtet.“

Unser CR Highlight:

Umweltfreundliche Handyentsorgung.

Vom 3. Mai bis zum 30. Juni 2010 führte T-Hrvatski Telekom eine Aktion zur ökologischen Entsorgung gebrauchter Mobiltelefone durch. Mehr als 20 000 Altgeräte und Akkus konnten während dieser Aktion gesammelt werden, die in Zusammenarbeit mit Sony Ericsson durchgeführt

wurde. Kunden erhielten im Gegenzug für die Abgabe eines alten Geräts einen Rabatt bei Kauf eines neuen Handys. Die Aktion war dabei nicht auf Kunden von T-Hrvatski Telekom beschränkt.

Die Mobilfunkmarke von T-Hrvatski Telekom, T-Mobile Croatia, war das erste Unternehmen in Kroatien, das die Sammlung und Entsorgung alter Handys organisierte – lange bevor solche Maßnahmen rechtlich verpflichtend wurden. Die erste Handysammelaktion wurde 2005 durchgeführt. Seither konnten über 100 000 Geräte eingesammelt und einer umweltfreundlichen Entsorgung zugeführt werden. Die langjährige umweltfreundliche Entsorgung der Geräte belegt, dass Umweltschutz fester Bestandteil der Geschäftstätigkeit von T-Hrvatski Telekom ist.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft

Gesellschaft.

Sowohl im Rahmen unserer Geschäftstätigkeit als auch darüber hinaus wollen wir möglichst vielen Menschen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft ermöglichen.

Wir treiben den flächendeckenden Ausbau der Breitbandinfrastruktur in Deutschland und international voran. Denn schnelles Internet und zuverlässige Mobilfunkverbindungen sind eine wesentliche Voraussetzung für eine chancengleiche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Neben der Bereitstellung dieser technischen Grundlagen tragen wir durch unser vielfältiges gesellschaftliches Engagement dazu bei, bestehende Barrieren abzubauen. Denn auch heute können viele Menschen noch nicht die Möglichkeiten neuer Informations- und Kommunikationstechnologien ausschöpfen. Insbesondere fördern wir den generationsübergreifenden Aufbau von Medienkompetenz. Gemeinsam mit unseren Beschäftigten setzen wir uns in zahlreichen Projekten und Initiativen für benachteiligte Menschen ein.

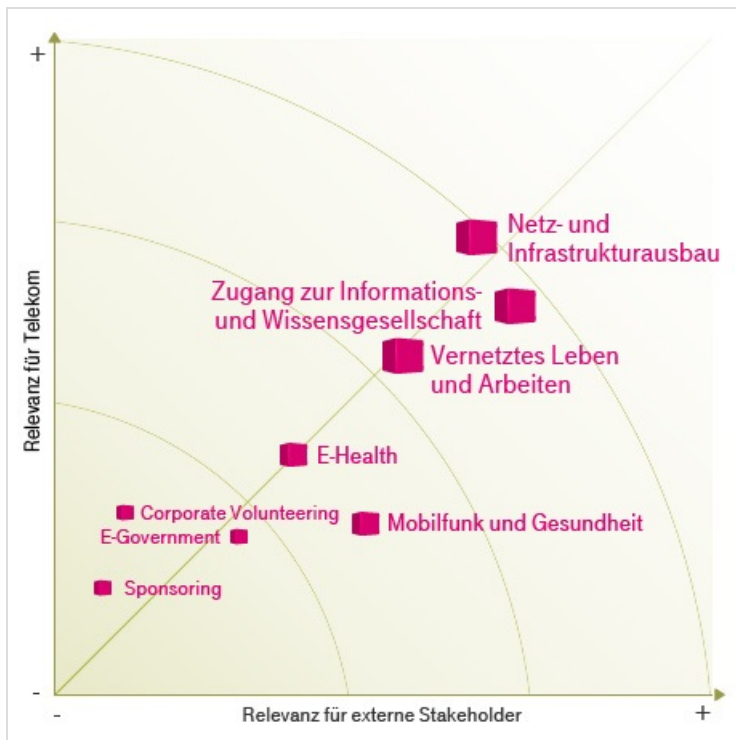


Digitale Spaltung überwinden.

Niek Jan van Damme, Vorstandsmitglied der Deutschen Telekom und Sprecher der Geschäftsführung der Telekom Deutschland, bezieht Stellung dazu, wie der Netzausbau des Konzerns dazu beiträgt, die digitale Spaltung der Gesellschaft zu überwinden.

Was sind die wesentlichen Themen im Kapitel „Gesellschaft“?

Das Ergebnis unserer Abfrage bei internen und externen Stakeholdern finden Sie hier.



Wie wir die wesentlichen Themen bestimmt haben.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Netz- und Infrastrukturausbau

Netz- und Infrastrukturausbau.

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

Immer [leistungsfähigere Standards](#), sorgen auch in entlegenen Regionen für höchste Datenübertragungsgeschwindigkeiten:

- [ADSL](#) und [ADSL2+](#)
- [VDSL](#)
- [GPRS/UMTS](#) und [HSDPA/HSUPA](#)
- [LTE](#)

Die Netzinfrastruktur ist das Herzstück unseres Geschäfts. Die Telekom baut und betreibt Netze, die den hohen Anforderungen der Gigabit-Gesellschaft entsprechen. Wir planen, in den kommenden Jahren alle Netze auf eine All-IP-Infrastruktur umzustellen. Festnetz und Mobilfunk werden dann zu einem durchgängig auf dem Internet Protokoll (IP) basierenden Netzwerk der nächsten Generation (Next-Generation-Network) integriert. Zahlreiche IT-Systeme werden hierzu vereinfacht und modernisiert. Welche Schritte die Telekom auf dem Weg zum Netz der Zukunft mittelfristig plant, beschreibt die im Juli 2010 verabschiedete umfassende [Netzausbaustrategie](#) des Konzerns. Ihre Hauptziele sind Wachstum, Effizienz und Qualität.

☑ Netzausbau in Übereinstimmung mit wirtschaftspolitischen Zielen.

Unser Ziel bis 2016: Schnelles Internet für 90 Prozent aller Haushalte in bisher unversorgten Gebieten Deutschlands.

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

Im Einklang mit der Digitalen Agenda der EU verfolgt die deutsche Bundesregierung mit ihrer 2009 verabschiedeten [Breitbandstrategie](#) ein ähnliches Ziel: Bis zum Jahr 2014 soll für drei Viertel aller Haushalte ein Netzzugang mit einer Geschwindigkeit von mindestens 50 Mbit/s verfügbar sein. Dabei hat der Ausbau der Infrastruktur in ländlichen Gemeinden hohe Priorität.

Die Telekom unterstützt die Ziele der EU-Kommission und der Bundesregierung. Bis 2016 wollen wir für rund 90 Prozent aller Haushalte in den bisher unversorgten, meist ländlichen Gebieten Deutschlands einen schnellen Zugang zum Internet schaffen. Hierbei setzen wir vor allem auf den Mobilfunkstandard [Long Term Evolution \(LTE\)](#). Dieser stellt im Technologiemix mit den Festnetz-Standards [ADSL](#), [ADSL2+](#) und [VDSL](#) einen zentralen Baustein künftiger ICT-Lösungen dar. In allen Märkten, in denen wir aktiv sind, forcieren wir den Auf- und Ausbau der schnellen Netze.

☑ Investitionen für Breitbandausbau in Deutschland.

In Deutschland will der Konzern von 2010 bis 2012 rund 10 Milliarden Euro beispielsweise in Glasfasernetze, neue Mobilfunk-Technologien und IT-Prozesse investieren, um den Kunden mehr Geschwindigkeit und neue Produkte zu bieten. Um beim Ausbau unserer Netzinfrastruktur die Wünsche und Bedenken der Menschen zu berücksichtigen, treten wir in [Dialog mit Regierungen und Kommunen](#). Vor allem für den weiteren Ausbau der Mobilfunkinfrastruktur sichern wir uns so breite Akzeptanz für den [Einsatz neuer Technologien](#).

☑ Realisierung einer flächendeckenden Breitbandinfrastruktur.

2010: Über 1 000 Orte in Deutschland an das Breitbandnetz angeschlossen.

Rückgrat des sogenannten breitbandigen schnellen Internet ist ein Glasfaserfestnetz. Ein flächendeckender Ausbau der Glasfaserinfrastruktur ist mit einem enormen finanziellen Aufwand verbunden: Experten sprechen von 40 bis 50 Milliarden Euro allein in Deutschland. Je entlegener die zu versorgenden Gemeinden sind, desto höher sind die Kosten. Ursache hierfür sind beispielsweise die nötigen Tiefbauarbeiten, die pro Kilometer bis zu 60 000 Euro kosten.

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

Fortschritte bei der Erschließung von Kommunen mit Breitband in Deutschland.

2010 konnte die Telekom mehr als 1 000 Orte in Deutschland, in denen bisher kein Zugang zum schnellen Internet möglich war, an das Breitbandnetz anschließen. Etwa die Hälfte der Anschlüsse basiert auf der LTE-Funktechnik, die übrigen nutzen andere Funk- oder Festnetz-Technologien wie UMTS oder DSL. Auch in den kommenden Jahren wird die Telekom den Breitbandausbau systematisch fortsetzen. Für das Jahr 2011 ist geplant, dass in Deutschland weitere 1 500 Kommunen mit LTE erschlossen werden.

▾ Über 2 200 Kooperationsprojekte mit Kommunen in Deutschland realisiert.

2010: 360 000 Haushalte Zugang zum Hochleistungsinternet geschaffen.

In vielen ländlichen Gemeinden ist ein Breitbandausbau aufgrund niedriger Kundenpotenziale und hoher Ausbaukosten nicht wirtschaftlich. In solchen Fällen engagiert sich die Telekom für partnerschaftliche Lösungen – seit Ende 2007 beim Ausbau des DSL-Netzes und seit 2010 auch des VDSL-Netzes. Sie legt den Gemeinden offen, welche Kosten zu erwarten sind und bietet ihnen verschiedene Kooperationsmöglichkeiten an:

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

Insgesamt erhielten wir 2010 rund 6 000 Anfragen für Kooperationen im Netzausbau. Die Zahl der vereinbarten Ausbauprojekte stieg im gleichen Zeitraum auf über 800 – gegenüber 720 im Jahr 2009. So konnten im letzten Jahr rund 360 000 Haushalte zusätzlich einen Zugang zum schnellen Internet erhalten. Seit 2007 haben wir bereits über 2 200 Kooperationen mit Gemeinden abgeschlossen. Für 2011 wird mit Kooperationen in ähnlichen Größenordnungen wie in 2010 gerechnet.

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

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

Außerdem planen wir in Kooperation mit Gemeinden Richtfunklösungen zur DSL-Anbindung im ländlichen Raum als kostengünstige Alternative zum Glasfasernetzausbau. Auch die Erweiterung des Mobilfunknetzes der vierten Generation (LTE) begann 2010 zunächst außerhalb der Ballungszentren.

▾ Telekom baut schnelle Glasfasernetze aus.

Die Deutsche Telekom will in den kommenden Jahren den Ausbau der Hochgeschwindigkeitsnetze weiter vorantreiben und damit das Fundament für die Gigabit-Gesellschaft bereiten. Dieses Netz der Zukunft wird den Kunden in Deutschland flächendeckend den Highspeed-Zugang zum Internet, zu Entertain-Angeboten und zu multimedialen Anwendungen ermöglichen.

Glasfaser ist das schnellste Medium für die Datenübermittlung. Unser Ziel ist es daher, im Jahr 2012 eine große Zahl von Haushalten direkt an das Glasfasernetz anzubinden. Anwendungen wie 3D-Fernsehen, HD-Videotelefonie, Online Gaming oder auch Cloud Computing, das Beziehen von IT-Infrastrukturen aus dem Internet, werden nahezu in Echtzeit möglich sein.

Die Deutsche Telekom setzt beim Ausbau ihres Glasfasernetzes auf das Konzept „Fiber to the Home“, kurz FTTH. Dabei wird das Glasfaserkabel bis in die Wohnung des Kunden verlegt. Auf diese Weise lässt sich das Geschwindigkeitspotenzial der Glasfasertechnologie am besten nutzen: Bis zu 1 Gbit/s im Download und bis zu 0,5 Gbit/s im Upload werden in Zukunft möglich sein.

Bis Ende 2011 baut die Telekom ihr Glasfasernetz derzeit in zehn deutschen Städten aus: Hannover, Neu-Isenburg, Offenburg, Mettmann, Potsdam, Kornwestheim, Rastatt, Braunschweig, Hennigsdorf und Brühl. Dort werden vorerst bis zu 160 000 Haushalte erreicht. Weitere Städte werden in Kürze folgen. Hauseigentümer, die dem Ausbau zustimmen, erfahren dadurch eine deutliche Aufwertung ihrer Immobilie.

▾ So funktioniert das Geschäft der Zukunft.

Mit der neuen Netzausbaustrategie eröffnen sich dem Konzern wichtige Wachstumschancen. Um diese zu nutzen, muss die Telekom ihr bestehendes, aus drei Elementen zusammengesetztes Geschäftsmodell überdenken.

1. Die Netz-Fabrik.

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

2. Baukasten von Standardleistungen.

Das zweite Element ist eine moderne, hoch effiziente und standardisierte IT-Fabrik. Heute betreibt die Telekom Tausende von IT-Systemen. Diese sollen reduziert, vereinfacht und gleichzeitig modernisiert werden. Das All-IP-Netz wird dabei mit der IT von T-Systems verschmolzen. Das spart Geld und erhöht gleichzeitig die Qualität, die Flexibilität und die Schnelligkeit der Dienste.

3. Inhalte und Dienste für Kunden.

Das dritte Element der Strategie sind sogenannte Enabling-Dienste. Mit ihnen wollen wir unsere Kunden dazu befähigen, effizienter, wachstums- und kundenorientierter zu werden.

Unsere Fähigkeiten aus Netz und IT werden zu einem Baukasten von Standardleistungen gebündelt. Dies gilt für unsere eigenen Produkte, aber wir ermöglichen auch Dritten, beispielsweise Unternehmen und Softwareentwicklern, unsere Standardleistung über standardisierte Schnittstellen in ihre eigenen Dienste zu integrieren. Dieser Baukasten wird zum Hebel für neue Geschäftsmodelle und Umsatzchancen: Mit ihm befähigen wir unsere Partner zu innovativen Lösungen und partizipieren gleichzeitig daran.

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

▼ Dienste für das vernetzte Arbeiten.

Aufbauend auf Netzinfrastruktur, IT-Systemen und Enabling-Diensten bieten wir unseren Kunden Lösungen für das vernetzte Leben an. Immer wichtiger werden dabei auch Dienste für das vernetzte Arbeiten. Schon heute ist T-Systems führender Anbieter von Cloud Computing und maßgeschneiderten SAP-Lösungen für Großkunden. Darüber hinaus konzentriert sich die Telekom auf Branchenlösungen für vier Bereiche mit erheblichem Wachstumspotenzial: Energie, Gesundheit, Mediendistribution und das vernetzte Auto.

Unser übergreifender Anspruch schließlich bleibt bestehen – und er gilt für alle Bausteine dieses Geschäftsmodells: Wir wollen das am besten angesehene Serviceunternehmen unserer Branche sein. Hier hat der Konzern in den vergangenen Jahren enorme und messbare Fortschritte gemacht. In der Gigabit-Gesellschaft, in der immer mehr Produkte rund um das vernetzte Leben und Arbeiten verfügbar sind, wird herausragender Service immer mehr zum entscheidenden Wettbewerbsvorteil.

▼ Universelle Bandbreite als Basis für zukünftiges Wachstum.

Um dem zunehmenden Datenverkehr gerecht zu werden, wird im Rahmen der neuen Netzausbaustrategie derzeit das gesamte Netz für eine All-IP-Infrastruktur um- und ausgebaut. Der All-IP-fähige Breitbandanschluss beim Kunden wird damit zum Standard. Die konkrete Umsetzung der Strategie erfolgt in mehreren Projekten und Programmen.

Durch den Parallelbetrieb von zwei Netzen wird der Energieverbrauch vorübergehend ansteigen. Allerdings ist das neue All-IP-Netz wesentlich energieeffizienter, sodass mit der vollständigen Umstellung des Netzes eine deutliche Reduzierung des Energieverbrauchs und damit der Treibhausgasemissionen eintreten wird. Diese Entwicklung leistet einen entscheidenden Beitrag zur konzerntweiten Klimaschutzstrategie.

▼ Breitbandausbau in Griechenland, Ungarn, Kroatien und Polen.

T-Hrvatski Telekom: Breitbandanschluss für 97,8 Prozent der kroatischen Bevölkerung.

In verschiedenen ost- und südeuropäischen Regionen erzielte die Telekom im Berichtszeitraum beim Netzausbau bemerkenswerte Fortschritte.

OTE: Treibende Kraft im Breitbandausbau in Griechenland.

Ende 2010 verfügten 20 Prozent aller griechischen Haushalte über Breitbandanschluss. OTE ist nach wie vor Wachstumsmotor des Landes bezüglich neuer Informations- und Kommunikationstechnologien. Im Bereich von Breitbanddiensten ist das Unternehmen die erste Wahl für Kunden. Entsprechend hoch ist die Breitbandabdeckung bei den OTE-Kunden: Im Dezember 2010 lag sie bei über 30 Prozent.

Cosmote: Spitze bei den Übertragungsgeschwindigkeiten.

Mit der Erneuerung ihres 3G-Netzes setzt Cosmote Greece im Mobilfunk nicht nur in Griechenland, sondern auch international Maßstäbe. So konnten in Tests unter realen Netzbetriebsbedingungen Downlink-Datenraten von bis zu 42,2 Mbit/s erzielt werden. Cosmote Greece präsentierte außerdem auf der 12. Info-ComWorld Konferenz im Oktober 2010 in Athen ihre erste Pilotanwendung der neuen LTE-

Technologie. Die Besucher konnten dort bisher in Griechenland unerreichte Datenübertragungsraten bis zu 100 Mbit/s persönlich erleben.

Pilotprojekt zum Breitbandausbau in Ungarn gestartet.

Im Rahmen des Operativen Wirtschaftsentwicklungsprogramms (GOP) der ungarischen Entwicklungsbehörde beteiligte sich die ungarische Gesellschaft der Telekom im Jahr 2010 an Projekten zum Breitbandausbau in sechs Mikroregionen Ungarns. 40 Gemeinden werden damit mit Breitbandinternetzugang, inklusive Fernsehen und Telefonie ausgestattet. Insgesamt wurden 1 200 Millionen Ungarische Forint – umgerechnet annähernd 4,4 Millionen Euro – in die Projekte investiert, um rund 30 000 Bewohner mit Breitbandinternet zu versorgen.

T-Hrvatski Telekom: Flächendeckendes Breitband- und IPTV-Angebot

Die kroatische Landesgesellschaft T-Hrvatski Telekom hat beim Breitbandausbau mit 97,8 Prozent der Gesamtbevölkerung Ende 2010 eine hohe Abdeckung erreicht. Seit Dezember 2010 bietet sie in bisher unversorgten Regionen außerdem IPTV via Satellit an. 99,39 Prozent der Bevölkerung sind außerdem mit EDGE sowie 59,3 Prozent mit HSDPA und einer Mindestbandbreite von 1,8 Mbit/s abgedeckt.

PTC: Investitionen in ländliche Regionen.

PTC beteiligt sich seit Januar 2011 an einer Lösung mehrerer Mobilfunkbetreiber zur Netzanbindung bisher unversorgter Regionen Polens. Das Amt für elektronische Kommunikation hatte vorgeschlagen, die Nutzungsentgelte für die Netzinfrastruktur zu senken. Die Betreiber wollen im Gegenzug die dadurch möglichen Erlöse von rund 200 Millionen Polnischen Zloty – 50,6 Millionen Euro – in neue Basisstationen reinvestieren. Auf diese Weise könnten mehrere hunderttausend Bewohner Polens am Mobilfunk teilhaben.

Netzqualität und Verfügbarkeit.

T-Hrvatski Telekom: Netzausfall in Kroatien

Die Telekom betreibt einen hohen Aufwand, um einen reibungslosen Betrieb ihrer Netze und Dienste zu gewährleisten. In Kroatien kam es im November 2010 dennoch im Rahmen der Netzerweiterung zu zwei Tage dauernden Störungen mit den Sprachdiensten im Mobilfunknetz. T-Hrvatski Telekom informierte ihre Kunden unverzüglich in zahlreichen Medien und auch per SMS über das Ausmaß der Schwierigkeiten und die eingeleiteten Schritte zur Fehlerbeseitigung. Alle betroffenen Kunden erhielten zur Entschädigung die Möglichkeit, zwei Tage kostenlos zu telefonieren. Geschäftskunden wurden schriftlich und durch persönliche Kontaktaufnahme durch ihre Kundenbetreuer um Entschuldigung gebeten.

T-Mobile Czech Republic: Führend im Bereich Netzqualität

Unabhängige Testreihen eines international tätigen Ingenieurdienstleisters und der Technischen Universität Brno bescheinigten T-Mobile Czech Republic Anfang 2011 höchste Qualität für ihre 2G- und 3G-Netze. Nicht nur im Vergleich mit den nationalen Wettbewerbern, sondern auch im europäischen Vergleich belegt T-Mobile Czech Republic die besten Plätze bei 2G- und 3G-Datendiensten sowie in den GSM-Voice-Diensten (2G).

Getestet wurden Datentransfargeschwindigkeiten, Latenzzeiten und die reale Erfahrung der Nutzer mit E-Mails, Downloads von Dateien und dem Aufbau von Websites. T-Mobile Czech Republic verdankt diese Position umfangreichen, im Jahr 2010 abgeschlossenen Investitionen in ihr GSM-Netz sowie in den Ausbau des Glasfaserrückgrats und der 3G-Infrastruktur, mit dem sie als einziger tschechischer Netzbetreiber die Voraussetzungen für den HSPA+-Standard erfüllt. Lediglich im Bereich der 3G-Voice-Dienste erreichte T-Mobile Czech Republic nur den zweiten Platz. Die noch zu geringe Dichte der Basisstationen führte zu häufigem Umschalten zwischen dem 2G- und 3G-Netz und dadurch bedingten Verzögerungen. Mit dem aktuell stattfindenden Ausbau der Basisstationen erwartet T-Mobile Czech Republic auch in diesem Bereich deutliche Verbesserungen der Qualität.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Netz- und Infrastrukturausbau > Festnetz- und Internet-Technologien

Festnetz- und Internet-Technologien.

Einer funktionsfähigen Internetinfrastruktur und der Internetnutzung liegt eine Vielzahl innovativer Technologien zugrunde. Viele Menschen verlassen sich bereits auf netzbasierte Lösungen, um ihren Alltag komfortabel und individuell zu gestalten. Daher setzen wir uns kontinuierlich für ein verbessertes Angebot an schnellen Verbindungen sowohl im Mobilfunk- als auch im Festnetz-Bereich ein.

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

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

☑ Auf einen Blick: Internetzugangstechnologien.

Festnetz-Technologien.

	Upstream	DownStream	Datenrate
ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line)	max. 640 kbit/s	max. 8 Mbit/s	max. 25 Mbit/s
ADSL2+ (aktuelle Weiterentwicklung von ADSL)	max. 1 Mbit/s	max. 16 Mbit/s	max. 50 Mbit/s
VDSL (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line)	max. 10 Mbit/s	max. 50 Mbit/s	max. 100 Mbit/s
FTTH (Fiber to the Home)	max. 100 Mbit/s	max. 200 Mbit/s	max. 1000 Mbit/s
WLAN (Wireless Local Area Network)	max. 34 Mbit/s	max. 34 Mbit/s	max. 34 Mbit/s

Mobilfunktechnologien.

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

☑ ADSL und ADSL2+.

Makedonski Telekom: Größte Breitbandinfrastruktur in der EJR Mazedonien.

ADSL (Asymmetrical Digital Subscriber Line) ist der derzeitige DSL-Standard im Festnetz der Deutschen Telekom. Er bietet die Möglichkeit zur schnellen Übertragung hoher Datenmengen von bis zu 25 Mbit/s.

ADSL2+ ist eine Weiterentwicklung von ADSL. Die Anschlüsse sind mit einer Datenrate bis 50 Mbit/s in der Lage, Internetfernsehen zu empfangen. Zwischen 2006 und Ende 2010 wurden allein in Deutschland 1 000 Städte mit 19 Millionen Haushalten auf ADSL2+ umgerüstet.

ADSL-Ausbau in der EJR Mazedonien .

Mit mehr als 150 000 ADSL-Kunden zum Ende des Jahres 2010 verfügt Makedonski Telekom über das umfangreichste Breitbandnetz der EJR Mazedoniens. Damit bietet sie fast allen Haushalten des Landes einen Zugang zu Breitbanddiensten.

VDSL- und Glasfasernetzausbau.

Mit VDSL (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line) hat die Telekom die Geschwindigkeit ihrer DSL-Anschlüsse nochmals deutlich erhöht: im Vergleich zu ADSL auf die vierfache, im Vergleich zu ADSL2+ auf die doppelte Geschwindigkeit. Die neue Technik ermöglicht Datenraten von bis zu 100 Mbit/s. Voraussetzung für die Realisierung dieser Geschwindigkeit ist ein sogenanntes Hybridnetz. In ihm sind Glasfaserkabel bis in die Nachbarschaft des Teilnehmers verlegt. Für die letzten 300 bis 500 Meter zum Kunden werden herkömmliche Kupferleitungen genutzt.

10,5 Millionen deutsche Haushalte sind VDSL-fähig.

Allein in Deutschland konnten wir bis heute 10,5 Millionen Haushalte VDSL-fähig machen. Die Ausweitung des VDSL-Netzes geht mit einem weiteren Ausbau des Glasfasernetzes einher, was jedoch nach rein wirtschaftlichen Kriterien erfolgen wird.

OTE: ADSL- und VDSL-Ausbau in Griechenland.

Ende 2010 deckte das ADSL-Netz der griechischen Landesgesellschaft OTE mit 1 933 Netzknotenpunkten 96,6 Prozent der OTE-Telefonanschlüsse des Landes ab. Um allen Einwohnern Griechenlands Zugang zu den neuen Technologien und insbesondere dem Breitbandinternet zu bieten, setzt OTE den Ausbau der Infrastruktur auch in dünn besiedelten Regionen mit besonderem Nachdruck fort. Im Jahr 2010 startete OTE außerdem eine Pilotanwendung des VDSL-Standards mit Geschwindigkeiten von maximal 50 Mbit/s pro Teilnehmer. Für 2011 ist die kommerzielle Markteinführung des Produkts mit je nach Paket unterschiedlichen Geschwindigkeiten geplant.

FTTH: Glasfaser bis in die Wohnung für superschnelles Internet.

Die Telekom hat 2010 in Deutschland mit der Umsetzung des FTTH- (Fiber to the Home)-Konzepts, begonnen. Hierbei werden auch auf der letzten Meile Glasfaserleitungen bis in die Häuser verlegt.

Damit schaffen wir die Voraussetzung für Datenübertragungsraten von zunächst 100 Mbit/s – mit der Option, diese auf Basis derselben Technik auf 1 Gbit/s und mehr zu erhöhen. In Pilotgebieten in der brandenburgischen Stadt Henningsdorf und in Braunschweig erhalten dabei bis Mitte 2011 mehr als 10 000 Haushalte die Möglichkeit, Glasfaserleitungen bis in den Haushalt hinein zu bekommen. Zusätzlich sollen hier auch Schulen und andere öffentliche Einrichtungen angeschlossen werden. Der FTTH-Regelausbau in Deutschland ist ab 2012 geplant.

Investitionen für den VDSL- und FTTH-Ausbau.

Der Ausbau wird in den Folgejahren an Fahrt gewinnen. Wie groß das Investitionsvolumen sein wird, hängt von der Wirtschaftlichkeit und Marktattraktivität ab. In den nächsten drei Jahren wird die Telekom für den Netzausbau insgesamt rund 10 Milliarden Euro investieren. Die Summe wird stark beeinflusst durch den regulatorischen Rahmen, der aktuell in intensiver Diskussion mit allen Marktteilnehmern konkretisiert wird. Die Telekom wird ihre Breitband-Ausbauprogramme vom Ergebnis der Diskussion abhängig machen.

Glasfasernetzausbau in den Landesgesellschaften.

- Bis Ende 2010 schloss T-Hrvatski Telekom 260 000 Haushalte an das Glasfasernetz an. 80 000 verfügten über einen FTTH-Anschluss und 5 000 waren gemäß den regulatorischen Rahmenbedingungen angeschlossen.
- Magyar Telekom: In Ungarn schreitet der Ausbau des Glasfasernetzes kontinuierlich voran. Bisher wurden 227 000 Haushalte in 29 Siedlungen erreicht.
- In der EJR Mazedonien ist Makedonski Telekom bisher der einzige Anbieter von FTTH-Glasfaseranschlüssen. 2009 brachte Makedonski Telekom den ersten kommerziellen FTTH-Dienst in der EJR Mazedonien auf den Markt. Ende 2010 verfügten mehr als 2 000 Kunden von Makedonski Telekom über einen FTTH-Anschluss. Die Gesellschaft arbeitet kontinuierlich daran das FTTH-Netz zu erweitern.
- Im November 2009 begann auch Crnogorski Telekom im Rahmen von Pilotprojekten mit der Einführung der FTTH-Infrastruktur in vier montenegrinischen Städten. Bis Ende 2010 erreichte der Ausbau 2 480 Haushalte. Bei 1 154 Haushalten wurde das Glasfasernetz innerhalb des Hauses fertiggestellt. Einen Anschluss erhielten bis dahin insgesamt 189 Kunden.

▼ Pilotprojekt in Deutschland: Datentransfer per Richtfunk.

Burrweiler und Gleisweiler in Rheinland-Pfalz sind die ersten Gemeinden in Deutschland, die über eine VDSL-Anbindung per Richtfunk verfügen werden. Im Dezember 2010 schlossen die beiden Nachbargemeinden einen Kooperationsvertrag mit der Deutschen Telekom. Bis Ende 2011 sollen die Anschlüsse fertiggestellt sein. Sie werden 660 Haushalten künftig die Möglichkeit bieten, mit bis zu 50 Mbit/s im Internet zu surfen.

▼ Schneller Zugriff unterwegs per WLAN: Telekom HotSpots.

Gegenwärtig bieten wir unseren Kunden bereits diverse Optionen zur mobilen breitbandigen Internetnutzung:

HotSpots: Mit Hochgeschwindigkeit drahtlos ins Netz.

Kabellose Einwahlmöglichkeit ins schnelle Internet bietet die Telekom an ihren HotSpots: Per WLAN können die Nutzer des Dienstes an mehr als 8 000 Standorten in Deutschland und über 40 000 Standorten unserer Partner weltweit komfortabel auf Daten und Informationen zugreifen. Bei Festnetz- und Mobilfunk-Tarifen ist die Nutzung der HotSpots Element der Flatrate. Seit 2008 können Telekom-Kunden in Deutschland auch auf ausgewählten Strecken der Deutschen Bahn AG über WLAN-HotSpots ins Internet gehen – mit Datenübertragungsraten zwischen 1,5 und 16 Mbit/s, durchschnittlich mit 6 Mbit/s.

HotSpots in der EJR Mazedonien.

Makedonski Telekom begann 2010 mit der Errichtung von HotSpots. Bis Mitte 2011 sollen in der EJR Mazedonien 300 HotSpots in Restaurants, Cafébars und an anderen vielbesuchten Orten eingerichtet sein und den Kunden unterwegs Zugriff auf schnelles Internet bieten.

T-Mobile Netherlands: Einbau von WLAN in Zügen.

Ende 2009 schloss T-Mobile Netherlands mit der niederländischen Eisenbahngesellschaft (Nederlandse Spoorwegen – the NS Groep N.V.) einen Vertrag über ein kostenloses WLAN-Angebot in deren Zügen. Im März 2010 wurde der erste Zug mit mobilem Internet ausgestattet. IT-Partner ist Internet Nomad Digital Ltd., ein führender Anbieter von Internetlösungen für den Transportsektor. Bis 2013 werden voraussichtlich 400 Züge mit der Technologie ausgestattet sein.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Netz- und Infrastrukturausbau > Mobilfunk der zweiten und dritten Generation

Mobilfunk der zweiten und dritten Generation.

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

☐ Mobiles und satellitenbasiertes Internet.

Sinnvolle Alternativen zur Breitbandversorgung per Festnetz stellen das mobile und das satellitenbasierte Internet dar. Diese beiden Zugangsalternativen leisten eine Schlüsselrolle bei der Überwindung der digitalen Spaltung in Deutschland.

Für Gegenden, in denen der Ausbau des Glasfasernetzes zu teuer ist, prüfen wir verstärkt Mobilfunk- und Richtfunklösungen oder eine Anbindung via satellitenbasiertem DSL für die stationäre Nutzung daheim.

Mit Sky DSL (satellitenbasiertes DSL) Call & Surf Comfort via Funk (LTE) bieten wir bereits heute Produkte für eine flächendeckende Breitbandversorgung in Deutschland an. Damit erfüllen wir die Auflagen der Bundesregierung, die weißen Flecken in Deutschland zu schließen.

Der komfortable und schnelle Zugriff auf anspruchsvolle Internetanwendungen von unterwegs ist eng mit dem Bedarf des Kunden nach mehr mobiler Bandbreite verbunden. Daher setzt die Telekom verstärkt auf breitbandige Mobilfunktechnologien der [dritten und vierten Generation](#).

☐ Mobil surfen mit DSL-Geschwindigkeit.

In allen Ballungsräumen Deutschlands kann mit UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), der Mobilfunktechnologie der dritten Generation (3G), auf das Internet zugegriffen werden. Aktuell sind hierbei Datenraten von maximal 384 kbit/s realisierbar. Mit dem UMTS-basierten neuen Verfahren High Speed Packet Access+ (HSPA+) kann die Geschwindigkeit der Datenübertragung auf DSL-Niveau erhöht werden – also bis zu 42,2 Mbit/s.

Im August 2010 wurde das Programm „3G SWAPS“ zur Erneuerung der UMTS Netztechnik abgeschlossen und so die Voraussetzung für eine noch breitbandigere Mobilfunkversorgung geschaffen. Die neue Technik arbeitet deutlich energieeffizienter – sie ermöglicht bis zu 30 Prozent Energieeinsparung – und beansprucht weniger Raum.

Mit dem Abschluss von „3G SWAPS“ sind in Deutschland 83 Prozent der Bevölkerung mit 3G-Technologie versorgt. Im Laufe des Jahres 2011 soll die Abdeckung auf 85 Prozent gesteigert werden. Außerdem beabsichtigen wir, das Netz auf HSPA+ aufzurüsten und den Nutzern damit Datenraten bis zu 42,2 Mbit/s zu ermöglichen.

☐ Energieeinsparung durch Einsatz neuer Technik.

T-Mobile Austria: Neue Systemtechnik spart 2 500 Tonnen CO₂ pro Jahr.

Zur flächendeckenden Bereitstellung des schnellen Internet in Österreich plant T-Mobile Austria ergänzend zum Aufbau der [LTE-Netzinfrastruktur](#) die Einführung des schnellen 3G-Standards HSPA+. Die Voraussetzungen hierfür wurden unter anderem durch die Erneuerung von mehr als 3 000 Basisstationen bis April 2010 geschaffen. Die neue Systemtechnik unterstützt die gängigen Mobilfunkstandards GSM und UMTS sowie deren Erweiterungen EDGE und HSDPA/HSUPA beziehungsweise HSPA+. Außerdem kann sie zukünftig für LTE umgerüstet werden. Beabsichtigt ist auch ein klimafreundlicher Nebeneffekt: Die effizientere neue Technik reduziert den Stromverbrauch um 40 Prozent und damit die CO₂-Emissionen um geschätzte 2 500 Tonnen pro Jahr.

T-Mobile Czech Republic: Einsatz energieeffizienter Funkstationen.

Im Zuge der Modernisierung ihrer 2G-Infrastruktur ersetzte T-Mobile Czech Republic in den Jahren 2009 und 2010 4 500 Funkstationen durch neue umwelt- und klimaschonende Technologien. Dadurch können Energieeinsparungen von rund 40 Prozent erzielt werden. Diese kompensieren den steigenden Energiebedarf, der durch den gleichzeitig vorgenommenen Ausbau des 3G-Netzes bedingt ist.

Zur Erhöhung der 3G-Netzabdeckung wurden 2010 insgesamt 1 100 neue Funkstationen eingerichtet, weitere 1 200 sollen im Jahr 2011 folgen. Ende 2010 hatten damit bereits die Einwohner von 30 Städten – rund 30 Prozent der Bevölkerung – eine Zugangsmöglichkeit zu schnellem, mobilem Internet. Bis 2012 soll das Netz auf 500 Städte ausgedehnt werden. Daneben machte T-Mobile Czech Republic den Menschen in 14 tschechischen Städten die schnelle HSPA+-Technologie verfügbar.

T-Hrvatski Telekom: Umfangreiche Investitionen ins Breitbandnetz.

2010 schloss T-Hrvatski Telekom die Modernisierung ihres 3G-Netzes ab, nachdem mehr als 640

Netzknoten ausgetauscht worden waren. Damit schuf T-Hrvatski Telekom die Grundlage für eine schnellere Realisierung der HSDPA/ HSUPA-Technologie. Die neuen Netzknoten sind effizienter und helfen den Energieverbrauch zu senken. Parallel zur Modernisierung des 3G-Netzes wurden umweltfreundliche Klimatisierungstechnologien eingeführt.

T-Mobile USA: Mobilfunkerlebnis der vierten Generation mit HSPA+.

Im Januar 2011 nahm T-Mobile USA das größte Hochgeschwindigkeits-Mobilfunknetz der Vereinigten Staaten in Betrieb. Es deckt mehr als 100 Städte ab und erreicht damit etwa 200 Millionen Menschen. Zur Nutzung des Netzes bietet T-Mobile USA außerdem eine breite Produktpalette an. Im Laufe des Jahres soll die Geschwindigkeit des Netzes verdoppelt werden und dadurch Spitzengeschwindigkeiten von 42 Mbit/s erreichen. Gleichzeitig will T-Mobile USA weitere HSPA+-fähige Endgeräte auf den US-Markt bringen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Netz- und Infrastrukturausbau > Mobilfunk der vierten Generation

Mobilfunk der vierten Generation.

Die nächste Generation der Mobilfunknetze – „Next Generation Mobile Networks“ – kann mit verschiedenen Techniken realisiert werden. Zu ihnen gehören LTE (Long Term Evolution) und WiMAX (Worldwide Interoperability for Microwave Access). Mit diesen Technologien der vierten Mobilfunkgeneration (4G) kann die wachsende Nachfrage nach schnellem, standortunabhängigem Internet befriedigt werden – auch in Gegenden mit schwacher Infrastruktur. Der Ausbau neuer Netztechnologien ist jedoch nur sinnvoll, wenn entsprechende Endgeräte zur Verfügung stehen, die auf die neuen Netze zugreifen können. Die Telekom bietet daher zahlreiche Produkte an, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen. Hierzu gehören beispielsweise Smartphones und Tablet-Computer.

☑ LTE: Schnelles Internet auch außerhalb von Ballungszentren.

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

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

Gleichzeitig ist auch eine Reduktion der auf die Umwelt einwirkenden elektromagnetischen Feldkräfte angestrebt. Jüngste Forschungen des deutschen Instituts für Mobil- und Satellitenfunktechnik (IMST) an Pilotanwendungen bestätigen: Die Intensität der elektromagnetischen Felder, denen die Bevölkerung ausgesetzt ist, liegt deutlich unterhalb der geltenden Grenzwerte.

☑ Bedingungen für LTE-Aufbau in Deutschland verbessert.

Dynamik in die Entwicklung der LTE-Technologie brachte die Neuvergabe der bisher für TV und Radio genutzten Funkfrequenzbänder zwischen 790 und 862 MHz durch die deutsche Bundesregierung: Die sogenannte Digitale Dividende beinhaltet unter anderem den für LTE besonders geeigneten Frequenzbereich um 800 MHz. Die Telekom ersteigerte im Mai 2010 zehn Frequenzblöcke; darunter sind auch zwei mit begehrten LTE-Frequenzen.

Die Reichweite dieser 4G-Frequenzen beträgt rund zehn Kilometer und übertrifft die Funkdistanz der vorigen Generation nahezu um das Fünffache. Für den Betrieb des Netzes werden dadurch deutlich weniger Funkstationen benötigt. LTE eignet sich somit besonders für den Ausbau eines Mobilfunknetzes in ländlichen Regionen und den bisher nicht mit Breitband versorgten „weißen Flecken“. Der Schwerpunkt des Netzausbaus mithilfe von LTE liegt bei der Telekom deshalb gegenwärtig im ländlichen Raum.

Im Februar 2011 begann die Telekom in Deutschland mit der Vorvermarktung erster LTE-Produkte speziell für den ländlichen Raum. In Kürze können Kunden, die bisher ohne DSL-Anbindung auskommen mussten, mit dem Tarifpaket Call & Surf Comfort per Funk entweder über HSPA oder LTE am schnellen Breitbandinternet teilnehmen. Etwa 270 000 Haushalte erhalten über die zum jeweiligen Paket gehörenden stationären LTE- oder HSPA-Router die Möglichkeit, Datenraten mit bis zu 3 Mbit/s im Downlink und maximal 500 kbit/s im Uplink zu realisieren.

Seit 2011 werden jedoch auch in Ballungsräumen LTE-Netze aufgebaut. Hierfür werden die höheren und weniger weitreichenden Frequenzbereiche um 1,8 und 2,6 MHz genutzt. Der Netzzugang soll dann über einen Internet-Stick für den Computer hergestellt werden. Die Übertragungsgeschwindigkeit wird bis zu 100 Mbit/s betragen.

☑ Aufbau des LTE-Netzes in Deutschland.

Den Anschluss von Gemeinden an die LTE-Infrastruktur führen Pilot- und Umsetzungsteams durch. Beteiligt sind daran neben den Planern der Telekom auch Mitarbeiter der Deutschen Funkturmgesellschaft und unserer Lieferanten. Gemeinsam entscheiden sie, wie die Gemeinden an die Netzinfrastruktur der Telekom angebunden werden – beispielsweise über Glasfaserkabel oder per Richtfunk. Sie legen auch den Aufbau und die technische Ausstattung der einzelnen Funkstationen sowie die Ausrichtung der Antennen fest. In unserer Bonner LTE-Testumgebung sind etwa 40 Kollegen mit Labortests der LTE-Systemtechniken beschäftigt. Im Fokus der Tests stehen die Funktionalität und das Zusammenspiel der verschiedenen eingesetzten Systeme.

Im April 2011 hat die Telekom begonnen, LTE-Tarife zu vermarkten. Teil des Angebots sind LTE- Router und zum Beispiel der Tarif Call & Surf Comfort via Funk .

Kyritz in Brandenburg wird Deutschlands erste LTE-Stadt.

Die nordöstlich von Berlin gelegene Kleinstadt Kyritz ist deutschlandweit die erste Stadt mit einer LTE-Infrastruktur. Damit erfüllt die Telekom ihr Versprechen, den bundesweiten 4G-Netzausbau im Osten Deutschlands zu beginnen und mit der neuen Technologie „weiße Flecken“ zu schließen. Die Kunden der Telekom in Kyritz können dadurch Datendienste wie E-Mail, Angebote sozialer Netzwerke oder Fahrplanauskünfte sowie Multimediaservices zukünftig sowohl stationär als auch mobil nutzen.

▣ Fortschritte beim LTE-Aufbau in Europa.

In Abhängigkeit von den regionalen Bedingungen schreitet der Aufbau der LTE- beziehungsweise der 4G-Infrastruktur unterschiedlich schnell voran. Überall in ihren Märkten gehört die Telekom zu den Wegbereitern der neuen Technologie.

„Netz der Zukunft“ kommt in Österreich mit großen Schritten voran.

T-Mobile Austria hat 2010 als erstes Mobilfunkunternehmen Österreichs eine ganze Stadt mit einem LTE-Netz ausgestattet: Die Vernetzung der Stadt Innsbruck in Tirol stellt den Auftakt für die LTE-Versorgung aller österreichischen Landeshauptstädte durch T-Mobile Austria dar. Bis Ende 2013 sollen mindestens 25 Prozent aller Bürger des Landes die 4G-Technologie nutzen können. Die mittelfristige Finanzplanung von T-Mobile Austria sieht bis 2014 für den LTE-Aufbau Investitionen in Höhe von rund 500 Millionen Euro vor.

Visionäre LTE-Services in Kroatien vorgestellt.

T-Hrvatski Telekom bereitet den Einstieg in die vierte Mobilfunkgeneration durch eine Kooperation mit Huawei, Nokia Siemens Networks und Ericsson Nikola Tesla Croatia vor. T-Hrvatski Telekom stellte ein breites Spektrum an Dienstleistungen vor, die durch die Nutzung von LTE möglich werden. 2011 werden mit allen drei Anbietern Testnetze in den Städten Rijeka, Split und Zagreb eingerichtet. Die Tests dienen dazu, detailliertes LTE-Know-how an die Ingenieure von T-Hrvatski Telekom weiterzuleiten. Die LTE-Pläne von T-Hrvatski Telekom richten sich auf den Beginn des Jahres 2012, an dem das Unternehmen die LTE-Technologie kommerziell im 1800-MHz-Frequenzband einführen will.

T-Mobile Czech Republic: 3G als Sprungbrett zu LTE.

Auf dem Weg zum LTE-Mobilfunknetz der Zukunft verfolgt T-Mobile Czech Republic den Aufbau eines sogenannten pre-LTE-3G-Netzes. Der Grund hierfür ist die steigende Nachfrage nach Datendiensten, bedingt durch die schnell zunehmende Nutzung von Smartphones und ähnlichen Geräten. Neben dem Einbau neuer Technik steigerte T-Mobile Czech Republic die Effizienz des pre-LTE-Netzes außerdem durch eine Vereinbarung über die gemeinsame Nutzung der Netzkapazitäten mit einem anderen Netzbetreiber. So können Dienste für Kunden beider Anbieter gleichzeitig an einem Standort erfolgen. Die pre-LTE-3G-Technologie erlaubt auf denselben Basisstationen außerdem den Start des vollen LTE-Standards, sobald hierfür ein ausreichendes Angebot an Endgeräten zur Verfügung steht und die Kundenerwartungen die Kapazität der 3G-Technologie übersteigen. Ein Teil der Anlagen wird also auch hier zweifach, nämlich für 3G- und LTE-Kunden, zum gleichen Zeitpunkt genutzt werden können.

Crnogorski Telekom.

Die montenegrinische Landesgesellschaft hat den Aufbau einer LTE-Infrastruktur vorbereitet. Der Zeitpunkt der Einführung hängt von den Marktbedingungen und den regulatorischen Umständen ab.

engagement@telekom.

engagement@telekom: Dies ist unser Bekenntnis zu einer umfassenden Unterstützung sozialer und ökologischer Belange – sowohl unternehmensseitig als auch mithilfe des ehrenamtlichen Einsatzes unserer Mitarbeiter. Unter dem Leitsatz „Wir leben Verantwortung“ setzen wir uns in zahlreichen eigenen Initiativen und als Unterstützer gemeinnütziger Organisationen für unser gesellschaftliches Umfeld ein. Ausgestaltung, Umfang sowie thematische Schwerpunkte des Engagements sind dabei so vielfältig wie die lokalen Anforderungen und Bedürfnisse in den Landesgesellschaften. Übergreifend lässt sich das „engagement@telekom“ drei Ebenen zuordnen:

- **Partnerschaftliches Engagement.** Regelmäßig bieten wir unseren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich im Rahmen bestehender Projekte oder Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen und NGOs für einen guten Zweck einzusetzen. Beispielsweise können sie sich als Knochenmarkspender registrieren lassen oder sich an Weihnachtsaktionen beteiligen. Dieses partnerschaftliche Engagement trägt zu einer höheren Identifikation der Beschäftigten mit dem Konzern bei und dient einer noch stärkeren Verankerung des gesellschaftlichen Engagements in der Unternehmenskultur.
- **Teilhabe und Integration.** Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) sind aus unserem Alltag nicht mehr wegzudenken. Sie sind eine wichtige Basis für eine gleichberechtigte Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Wir wollen dazu beitragen, dass möglichst viele Menschen die Möglichkeiten neuer Technologien ausschöpfen können. Daher unterstützen wir gemeinnützige Initiativen und Projekte, die eine Integration benachteiligter Menschen und ihre Teilhabe an einer zunehmend digitalisierten Welt erleichtern.
- **Corporate Volunteering.** Konzernweit unterstützen wir unsere Mitarbeiter in ihrem ehrenamtlichen Einsatz für die Gesellschaft, beispielsweise im Rahmen von Freiwilligentagen oder beim Sammeln von Lebensmitteln für Hilfsbedürftige. Corporate Volunteering-Aktivitäten sind zudem bereits in vielen Bereichen fester Bestandteil der Aus- und Weiterbildung. Der gemeinsame Einsatz für soziale Einrichtungen und gemeinnützige Organisationen stärkt den Zusammenhalt unter den Mitarbeitern und die Weiterentwicklung ihrer sozialen Kompetenzen. Ein wichtiges Element bildet in diesem Rahmen auch die Vergabe von Spendengeldern (Corporate Giving) – unter anderem an Organisationen, in denen sich unsere Mitarbeiter ehrenamtlich engagieren.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > engagement@telekom > Partnerschaftliches Engagement

Partnerschaftliches Engagement.

Bei der Umsetzung ihres gesellschaftlichen Engagements legt die Telekom einen Schwerpunkt auf langfristige Kooperationen: Mit etlichen Organisationen wie der „Nummer gegen Kummer“ oder der Deutschen Knochenmarkspenderdatei DKMS verbinden uns langjährige Partnerschaften. Traditionell spielen hierbei auch unsere Mitarbeiter eine große Rolle. Sie setzen sich regelmäßig persönlich für einen guten Zweck ein oder leisten mit Spenden eine finanzielle Unterstützung.

Im Jahr 2010 fokussierten wir uns auf eine noch stärkere Verknüpfung der externen Kooperationen mit dem Engagement der Mitarbeiter. Im Intranet und über unsere Mitarbeiterzeitschrift „you and me“ informieren wir unsere Beschäftigten regelmäßig über bestehende Partnerschaften und rufen sie dazu auf, sich zu engagieren. Wir bieten ihnen vielfältige Möglichkeiten, das Engagement der Telekom mitzuprägen. Sie können beispielsweise über die Verwendung von Geld- oder Sachspenden abstimmen oder sich zu einem langfristigen ehrenamtlichen Einsatz entschließen.

Viele Initiativen werden von einzelnen Mitarbeitern oder Abteilungen an den zentralen CR-Bereich herangetragen. Dies zeigt, wie wichtig es ist, das CR-Engagement nicht nur in der Außendarstellung zu präsentieren, sondern ebenso stark auch innerhalb des Konzerns zu kommunizieren.

▾ Hohe Bereitschaft zu Blut- und Knochenmarkspenden.

2010: Rund 1250 weitere Mitarbeiter als Knochenmarkspender registriert.

Kooperation mit der Deutschen Knochenmarkspenderdatei DKMS.

Die Telekom unterstützt den Kampf gegen Leukämie und finanziert in diesem Zusammenhang seit 16 Jahren Betriebstypisierungen. Jeder potenzielle Spender, der in die DKMS Knochenmarkspenderdatei aufgenommen werden will, gibt im Rahmen der Typisierung eine Gewebeprobe ab. Inzwischen haben sich fast 5 000 Mitarbeiter der Telekom Deutschland in der DKMS Knochenmarkspenderdatei registrieren lassen.

Im Jahr 2010 fanden 23 Typisierungsaktionen an 17 Standorten der Telekom in Deutschland statt. 1 247 Mitarbeiter ließen sich neu in der Knochenmarkspenderdatei registrieren. Zehn deutsche Beschäftigte spendeten im Jahr 2010 Stammzellen und gaben damit Erkrankten die Chance auf neues Leben.

Mit ihren zahlreichen Aktivitäten zählt die Telekom zu den aktivsten Unterstützern der DKMS. Im Rahmen der Weihnachtsaktion 2010 spendeten wir zudem 138 500 Euro an die DKMS.

Slovak Telekom: Projekt „Little Great Gift“.

Mitte Juni 2010 beteiligte sich Slovak Telekom zum zweiten Mal am jährlichen Volunteering-Wochenende „Unser Bratislava“. Die slowakische Landesgesellschaft initiierte in diesem Rahmen erstmals ein eigenes Projekt: „Little Great Gift“ – mit einer kleinen Geste Großes bewirken. Das Unternehmen rief seine Mitarbeiter dazu auf, Blut zu spenden und sich in der slowakischen Knochenmarkspenderdatei registrieren zu lassen. Mit Erfolg: 40 Mitarbeiter von Slovak Telekom spendeten Blut, 18 Mitarbeiter konnten in das nationale Knochenmarkspenderregister aufgenommen werden. Im Dezember 2010 wurde dieses Projekt noch einmal wiederholt: Weitere 47 Mitarbeiter spendeten Blut, zehn von ihnen wurden in das lokale Register eingetragen.

Gestiegene Bereitschaft zu Blutspenden bei OTE.

Die Mitarbeiter der griechischen Landesgesellschaft OTE spendeten im Jahr 2010 insgesamt 3 214 Blutkonserven – 241 mehr als im Vorjahr. 1 014 Stück wurden OTE-Mitarbeitern in ganz Griechenland zur Verfügung gestellt. Die übrigen 2 200 Konserven wurden außerhalb des Unternehmens eingesetzt.

▾ Deutschland: Mitarbeiter entscheiden über Weihnachtsspende.

Über eine halbe Million Euro für gemeinnützige Organisationen.

Angeregt durch die Rückmeldungen vieler Mitarbeiter entschied sich die Telekom Deutschland 2010 für eine neuartige Spendenaktion zur Weihnachtszeit: Anstatt Weihnachtsgeschenke an die Mitarbeiter zu verteilen, spendete die Telekom insgesamt 500 500 Euro an karitative Einrichtungen in Deutschland. Welche Organisationen begünstigt wurden, lag in der Entscheidung der Mitarbeiter.

Mehr als 15 500 Mitarbeiter aus ganz Deutschland beteiligten sich zwischen Ende September und Mitte Oktober 2010 am internen Abstimmungsverfahren. Dem jeweiligen Stimmanteil entsprechend wurde die Gesamtsumme von 500 500 Euro an folgende Partnerorganisationen der Telekom verteilt:

- Deutsche Knochenmarkspenderdatei: 138 500 Euro
- Bundesverband Deutsche Tafel e.V.: 138 000 Euro

- [SOS Kinderdorf e.V.](#): 80 000 Euro
- [Deutscher Kinderschutzbund](#): 61 000 Euro
- [Allianz Chronisch Seltener Erkrankungen e.V.](#): 46 500 Euro
- [Nummer gegen Kummer](#): 36 500 Euro

Hohe Mitarbeiterbeteiligung auch bei Auswahl von Weihnachtskarten.

Nicht nur bei den Empfängern der Weihnachtsspenden entschieden die Mitarbeiter mit. Sie konnten auch über die Motive der Weihnachtskarten der Telekom Deutschland abstimmen. Diese wurden in Kooperation mit der Bundesvereinigung „[Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung](#)“ gestaltet. Künstlerisch begabte Menschen mit geistiger Behinderung entwarfen hierfür acht unterschiedliche Motive. Hieraus wählten mehr als 3 600 Mitarbeiter im Herbst 2010 vier Motive aus.

Die Telekom unterstützt mit der Weihnachtskartenaktion die Lebenshilfe und damit zugleich die Künstler der Weihnachtsbilder, deren Motive in einer Auflage von 250 000 Karten produziert wurden. Der Verein setzt sich insbesondere für die Gleichberechtigung behinderter Menschen und die Schaffung einer barrierefreien Gesellschaft ein.

☑ Weihnachtsaktionen der Landesgesellschaften.

Polnische Landesgesellschaft PTC für Weihnachtsauktion ausgezeichnet.

Wie auch in Deutschland nehmen viele Landesgesellschaften die Weihnachtszeit zum Anlass, um Gutes zu tun:

Über tausend Geschenke für benachteiligte Kinder in Österreich.

Kunden und Mitarbeiter von T-Mobile Austria setzten sich zum Jahresende 2010 dafür ein, benachteiligten Kindern einen Herzenswunsch zu erfüllen: Von Ende Oktober bis Mitte November 2010 reichten sie für die Weihnachtsaktion „Santas Projekt“ Vorschläge karitativer Projekte für Kinder in ganz Österreich ein, die durch das Projekt gefördert werden sollten. Aus fast 60 Vorschlägen wurden neun Projekte ausgewählt, aus jedem österreichischen Bundesland eines. Darunter waren Kinderdörfer, Ausbildungsstätten für Kinder mit Behinderung oder auch Vereine, die sich um schwerkranke Kinder kümmern.

Zwischen dem 24. November und dem 20. Dezember 2010 waren alle Österreicher aufgerufen, Geschenke für die ausgewählten Projekte in den 48 T-Mobile Shops des Landes abzugeben. Auf der Internetseite [www.santasprojekt.at](#) waren die Wunschlisten der Kinder hinterlegt. Mehr als 1 000 Geschenke kamen dabei zusammen und wurden pünktlich zu Weihnachten an die Kinder verteilt.

EJR Mazedonien: Mitarbeiter verbreiten Weihnachtstimmung.

Die „[T-Mobile for Macedonia Foundation](#)“ fördert seit 2002 gesellschaftliches Engagement in der EJR Mazedonien und unterstützt wohltätige Zwecke mit Spenden. Zum sechsten Mal in Folge initiierte die Stiftung im Dezember 2010 die „New Year Caravan“. Im Rahmen des Projektes verteilten 30 Mitarbeiter von T-Mobile Macedonia und Makedonski Telekom Weihnachtsgeschenke an 900 Kinder in Heimen, Krankenhäusern und sonstigen Einrichtungen, sangen Weihnachtslieder mit den Kindern oder studierten gemeinsam mit ihnen ein Theaterstück ein.

Weihnachtspakete für Kinder mit Behinderung in Montenegro.

Im Rahmen der von Mitarbeitern initiierten Weihnachtsaktion rief Crnogorski Telekom ihre Beschäftigten in der Stadt Podgorica im Dezember 2010 dazu auf, für bedürftige Kinder des lokalen „Center for education of children with disabilities“ (Bildungszentrum für Kinder mit Behinderungen) zu sammeln. Mit Erfolg: Es kamen insgesamt zwei LKW-Ladungen voller Spielsachen und Süßigkeiten zusammen, die Ende Dezember 2010 an die Kinder verteilt wurden.

PTC: Traditionelle Weihnachtsauktion.

Bereits seit 2002 veranstaltet die polnische Landesgesellschaft PTC jährlich eine Weihnachtsauktion. Dabei werden Kunstwerke versteigert, die Mitarbeiter gemeinsam mit Kindern im Rahmen des Projekts „[Share your Passion](#)“ erstellt haben. Im Dezember 2010 beteiligten sich 500 Mitarbeiter im Auftrag ihrer Abteilungen an der Auktion. Über die Versteigerung der Kunstwerke kamen den am „Share your Passion“ Projekt beteiligten gemeinnützigen Organisationen insgesamt PLN 127 000 (rund 32 110 Euro) zugute. PTC wurde im April 2010 von der „Polish Confederation of Private Employers Lewiatan“ (Polnischer Verband der privaten Arbeitgeber Lewiatan) für die Weihnachtsauktion mit dem Preis „Laurels of Responsibility“ ausgezeichnet.

Singapur: Weihnachtsfeier für benachteiligte Kinder .

In Zusammenarbeit mit der „Highpoint Community Services Association“ bescherte T-Systems Singapore 100 Kindern aus Familien mit niedrigem Einkommen am 11. Dezember 2010 eine [Weihnachtsfeier](#).

☑ T-Mobile Netherlands: Langfristige Partnerschaft mit War Child.

T-Mobile Netherlands unterstützt seit 2007 die Hilfsorganisation [War Child](#), die sich für Kinder und Jugendliche aus Krisengebieten einsetzt. Die niederländische Landesgesellschaft bringt neben finanziellen Mitteln auch ihre Erfahrung im ICT-Bereich ein und stellt entsprechende technische Infrastrukturen und Geräte zur Verfügung. Regelmäßig zeigen auch die Beschäftigten im Rahmen dieser

Kooperation persönlichen Einsatz:

- Seit Oktober 2010 ist T-Mobile Netherlands Partnerin des Programms „Conn@ct Now“ von War Child. Mithilfe dieses Programms können Kinder via Radio, Telefon, SMS oder Internet in Regionen erreicht werden, wo das aufgrund von sicherheitstechnischen- oder logistischen Gründen nur unter erschwerten Bedingungen möglich ist. Ein Mitarbeiter von T-Mobile Netherlands reiste im Juni 2010 nach Uganda und hielt einen Workshop für lokale Telekommunikationsbetreiber, um sie in das „Conn@ct Now“-Programm zu integrieren.
- 130 Beschäftigte von T-Mobile Netherlands übernahmen gemeinsam mit Freunden und Familien ehrenamtlich den Betrieb einer Spendenhotline im Rahmen eines Friedenskonzerts von War Child im April 2010.

☑ T-Systems North America: Mitarbeiterengagement für Blinde.

T-Systems North America unterstützt die gemeinnützige Organisation „ [Leader Dogs for the Blind](#)“, die sich für eine Verbesserung der Lebensbedingungen von blinden, sehbehinderten und taubblinden Menschen einsetzt. Im Jahr 2010 engagierten sich Vorstandsmitglieder und Mitarbeiter der US-amerikanischen Landesgesellschaft freiwillig während ihrer Arbeitszeit. Durch ihre Mitwirkung bei Wohltätigkeitsveranstaltungen, wie zum Beispiel Golfturnieren, wurden Spendengelder für die gemeinnützige Organisation eingeworben. Zugleich konnte die Bekanntheit von „Leader Dogs for the Blind“ erhöht werden. Neben dem persönlichen Einsatz der Mitarbeiter spendete die Landesgesellschaft zusätzlich 15 000 US-Dollar, umgerechnet rund 10 840 Euro, für die Organisation. Auf der Firmenweihnachtsfeier 2010 kamen weitere 3 000 US-Dollar, rund 2 170 Euro, an Mitarbeiterspenden zusammen, die „Leader Dogs for the Blind“ zugutekamen.

☑ T-Hrvatski Telekom: Gemeinschaftliche Fotoausstellung mit Mitarbeitern.

Mit einer von Mitarbeitern gestalteten Fotoausstellung, in deren Rahmen 80 000 kroatische Kuna (rund 10 770 Euro) gesammelt wurden, unterstützte T-Hrvatski Telekom am 25. Januar 2011 die „Croatian Association for the Blind“, den kroatischen Blindenverband. Die Ausstellung mit dem Namen „FotoToranj 2010“ war ein Gemeinschaftsprojekt der kroatischen Landesgesellschaft in Zusammenarbeit mit ihren Beschäftigten. Sie war bis zum 3. Februar im T-Hrvatski Telekom Museum in Zagreb zu sehen.

☑ Aufrufe an unsere Mitarbeiter für gesellschaftliches Engagement.

Telekom seit 20 Jahren Partner der „Nummer gegen Kummer“.

Wir binden unsere Mitarbeiter aktiv in das gesellschaftliche Engagement der Telekom ein. Nicht nur im Rahmen der [Weihnachtsspendenaktion 2010](#) und der Partnerschaft mit der [DKMS Knochenmarkspenderdatei](#) folgten sie der Aufforderung, auf ihre Weise einen gesellschaftlichen Beitrag zu leisten.

Nummer gegen Kummer.

Seit mittlerweile 30 Jahren berät der Verein [Nummer gegen Kummer](#) Kinder und Jugendliche in schwierigen Lebenssituationen. Unterstützung findet diese Initiative von zahlreichen Mitarbeitern der Telekom Deutschland, die seit Jahren ehrenamtlich den Heranwachsenden am Telefon zur Seite stehen. Vor zwanzig Jahren wurde die Deutsche Telekom Partnerin der „Nummer gegen Kummer“ und unterstützt seither den Verein mit technischem Know-how und finanziell. Im Dezember 2010 gingen im Rahmen der [Weihnachtsaktion](#) 36 500 Euro an den Verein. Mit finanzieller Unterstützung der Telekom konnte 2010 zudem die mittlerweile dritte „[Nummer gegen Kummer](#)“-Studie erstellt werden. Darin wurden die anonymen Hilferufe von Kindern, Jugendlichen und Eltern wissenschaftlich ausgewertet.

TelefonSeelsorge.

Die [TelefonSeelsorge](#) der evangelischen und katholischen Kirche in Deutschland steht Anrufern in Krisensituationen zur Seite. Mehr als 7 000 umfassend ausgebildete, ehrenamtliche Berater – darunter zahlreiche Mitarbeiter der Telekom – sorgen dafür, dass die TelefonSeelsorge 24 Stunden täglich erreichbar ist. Seit 1997 unterstützen wir das Sorgentelefon mit kostenfreien Rufnummern und speziellen Serviceangeboten.

Mithilfe bei der Organisation des Ökumenischen Kirchentags.

Auch am zweiten [Ökumenischen Kirchentag \(ÖKT\)](#) im Mai 2010 beteiligten sich unsere Mitarbeiter als ehrenamtliche Helfer. Sie unterstützten beim Auf- und Abbau, als Fahrradkuriere oder Einlasskontrolleure, beim Ordnungsdienst und an Infoständen. T-Systems Deutschland war „Offizieller Telekommunikationsdienstleister“ des Kirchentags.

Freistellung zur Mitarbeit bei den Special Olympics in Athen.

Die griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote Greece sind offizielle Sponsoren der [Special Olympics](#) für geistig Behinderte und Mehrfachbehinderte in Athen im Sommer 2011. Im Rahmen des Sponsorings bildeten beide Unternehmen eigene Mitarbeiterteams, die die Veranstaltungen im Sommer tatkräftig unterstützen werden. Mitarbeiter, die sich daran beteiligen möchten, werden hierfür drei Tage von der Arbeit freigestellt. OTE und Cosmote Greece wollen ihren Beschäftigten damit einprägsame Erfahrungen ermöglichen und ein größeres Verständnis für Menschen mit geistigen Behinderungen fördern.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > engagement@telekom > Teilhabe und Integration

Teilhabe und Integration.

Wir wollen Menschen mit körperlichen Behinderungen, altersbedingten Einschränkungen oder aus einem sozial benachteiligten Umfeld einen chancengleichen Zugang zur Informationsgesellschaft ermöglichen. Dies leisten wir einerseits über unser Angebot an bedarfsgerechten Dienstleistungen und [barrierefreien Produkten](#). Darüber hinaus unterstützen wir im Rahmen von engagement@telekom Projekte, die sich für eine bessere Integration dieser Menschen in die Gesellschaft einsetzen.

So fördern wir in Deutschland seit April 2009 mit der Initiative „Ich kann was!“ bundesweit bereits 139 Projekte und Einrichtungen, die junge Menschen darin unterstützen, ihre individuellen Fähigkeiten zu entdecken. Auch zahlreiche Landesgesellschaften tragen mit der Unterstützung von Projekten für benachteiligte Bevölkerungsgruppen dazu bei, dass möglichst viele Menschen an der Informationsgesellschaft teilhaben können.

▾ Initiative „Ich kann was!“: Gezielte Jugendförderung.

Über 800 Bewerbungen im Jahr 2010.

In einer zunehmend vernetzten und immer komplexeren Welt bedarf es einer Reihe besonderer Fertigkeiten, um sich zu orientieren, Informationen richtig zu interpretieren und dadurch die vielfältigen Möglichkeiten auszuschöpfen. Mit der Initiative „Ich kann was!“ stärkt die Telekom jene Kompetenzen, die Kinder und Jugendliche dazu befähigen, die Anforderungen des Alltags zu bewältigen und ihr Leben gut und erfolgreich gestalten zu können. Nach den Kriterien der [Organisation für Entwicklung und Zusammenarbeit \(OECD\)](#) sind diese zentralen Schlüsselkompetenzen

- die Fähigkeit zu selbstständigem Handeln,
- die Kompetenz, sich erfolgreich in sozial unterschiedlichen Gruppen bewegen zu können sowie
- das Vermögen, mit Kommunikation und Wissen souverän umzugehen.

Im Fokus stehen Kinder und Jugendliche im Alter zwischen 9 und 14 Jahren. Durch das Erfolgserlebnis – beispielsweise in Musik-Workshops, Kochkursen oder beim gemeinsamen Bau eines Schiffs – sollen die Heranwachsenden ermutigt werden, ihre Fähigkeiten weiterzuentwickeln. Besonderes Augenmerk liegt dabei auf der Unterstützung von Einrichtungen in mittelbarer oder unmittelbarer Nähe von sozialen Brennpunkten.

Gestiegene Resonanz in der zweiten Auswahlrunde.

Im Herbst 2010 haben sich mehr als 800 Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit um eine Förderung durch die Telekom im Rahmen des Projekts „Ich kann was!“ beworben. Damit ist die Resonanz in der zweiten Bewerbungsrunde um 30 Prozent höher als noch in der ersten Runde. Aus den Bewerbungen wurden 73 Projekte ausgewählt, die mit jeweils bis zu 15 000 Euro unterstützt werden. Insgesamt beträgt das Fördervolumen 570 000 Euro.

Im Rahmen der ersten Förderrunde konnten in 66 Förderprojekten bereits 30 000 Kinder und Jugendliche erreicht werden. Im März 2011 startete das dritte Ausschreibungsverfahren. Eine Übersicht aller im Rahmen von „Ich kann was!“ geförderten Projekte ist unter www.initiative-ich-kann-was.de einsehbar.

Förderschwerpunkt 2010: Finanzkompetenz.

Im Jahr 2010 stand der verantwortungsvolle Umgang mit Geld im Mittelpunkt unserer Fördertätigkeit. Wir wollen Kinder und Jugendliche befähigen, ein eigenverantwortliches Leben zu führen und zu lernen, vernünftige finanzielle Entscheidungen zu treffen. In den geförderten Projekten können Jugendliche beispielsweise eigene Firmen gründen. Sie lernen Budgets zu planen oder den richtigen Umgang mit den eigenen materiellen Wünschen.

Die „Ich kann was!“-Initiative erstellte 2010 für jugendliche Handynutzer die Online-Broschüre [„Vor dem Handy Kopf einschalten“](#). Inhalte der Broschüre sind unter anderen nützliche Checklisten zu möglichen Kostenfallen und Geschichten rund um die Bedürfnisse und Wünsche der Jugendlichen in Bezug auf die Handynutzung.

Darüber hinaus produzierte die Initiative eine Internet-Radiosendung mit dem Titel „Kostenfalle Handy“ zur Schuldenprävention. Die Aufzeichnung der Radiosendung fand in einer von der Initiative geförderten Einrichtung statt. Betroffene Jugendliche, ein Anwalt sowie je ein Vertreter der Schuldnerberatung und der Telekom gaben Interviews zu dem Thema. Im Vorfeld der Sendung wurde bei einem „Round-Table-Gespräch“ mit dem Streetworker und Sozialpädagogen Thomas Sonnenburg das Thema intensiviert.

Beide Medienangebote können von den geförderten Einrichtungen und Projekten in der Arbeit mit den Jugendlichen genutzt werden.

Beschäftigte der Telekom unterstützen „Ich kann was!“.

Das persönliche Engagement von Mitarbeitern hat Tradition bei der Telekom – auch für verschiedene „Ich kann was!“-Projekte, wie die folgenden Beispiele belegen:

- Beschäftigte der Niederlassung Technischer Service Nord unterstützten im Mai 2010 die Arbeit von IN VIA Lübeck e.V. mit insgesamt 800 Euro, die sie in der Belegschaft gesammelt hatten. Der Verein kümmert sich um Mädchen in schwierigen Lebensumständen. IN VIA unterstützt sie in Krisensituationen und bei der Lebensplanung, bietet ihnen aber auch Freizeitaktivitäten und Seminare an.
- 17 Bonner Telekom-Auszubildende organisierten im August 2010 einen Spendenlauf. Dabei kamen fast 2 500 Euro zusammen, die an verschiedene „Ich kann was!“-Förderprojekte gespendet wurden.

Öffentliche Anerkennung für unser Engagement.

Das Engagement für die „Ich kann was!“-Initiative der Telekom wurde 2010 mehrfach ausgezeichnet:

- **Offizielles Projekt der UN-Dekade:** Im März 2010 wurde „Ich kann was!“ zum offiziellen Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ ernannt. Die Initiative ist damit eines von über 60 Projekten, die zu nachhaltigem Denken und Handeln in Schulen und anderen Bildungseinrichtungen beitragen.
- **Politikaward 2010:** Im November 2010 erhielt die „Ich kann was!“-Initiative den Politikaward 2010 in der Kategorie „Corporate Social Responsibility“. Der Politikaward prämiiert in dieser Rubrik das stimmigste, wirkungsvollste und am besten kommunizierte Konzept unternehmerischer Verantwortung für die Gesellschaft.

☑ Unterstützung für gehörlose und hörgeschädigte Menschen in der Slowakei.

Speziell geschulte Mitarbeiter in 67 T-Centern.

Slovak Telekom macht sich bereits seit 2002 für die Integration und die Verbesserung der Lebensqualität gehörloser und hörgeschädigter Menschen stark. Für ihr langjähriges Engagement wurde die slowakische Landesgesellschaft im April 2010 mit dem „Award for Innovative Solutions to Social Inclusion“ (Preis für innovative Lösungen zur sozialen Integration) und dem „Award for Socially Responsible Market Operations“ (Preis für soziale und verantwortungsvolle Geschäfte) bei den Via Bona Slovakia Awards ausgezeichnet.

Seventh Sense Campaign: Gehörlosigkeit erlebbar machen.

Im September 2010 startete Slovak Telekom die „Seventh Sense Campaign“. Sieben Prominente des Landes, darunter Film- und TV-Stars, durchlebten verschiedene Alltagssituationen – ohne ein Wort zu sprechen, ausschließlich mithilfe der Zeichensprache. Ziel war es, die breite Öffentlichkeit mit der Kampagne auf das Thema Gehörlosigkeit aufmerksam zu machen.

Film der Kampagne

Gebärdensprache lernen.

Im September 2010 führte die slowakische Pontis-Stiftung in Kooperation mit dem „Endowment Fund Slovak Telekom“ einen kostenlosen Gebärdensprache-Grundkurs für interessierte Bürger durch. 20 Teilnehmer, darunter Eltern gehörloser Kinder, NGO-Mitarbeiter und ein Polizist, wurden ausgewählt und erlernten in einem fünfjährigen Kurs die Grundkenntnisse der Gebärdensprache.

Auch viele ihrer Vertriebsmitarbeiter hat Slovak Telekom bereits in Gebärdensprache ausbilden lassen. Aktuell gibt es 67 T-Center in der Slowakei, in denen Kunden mit Hörschädigungen bedient werden können. Zudem stellt die slowakische Landesgesellschaft für gehörlose und hörgeschädigte Menschen spezielle Dienste und Produkte zur Verfügung.

Existenzgründerprogramm für hörgeschädigte und gehörlose Menschen.

Darüber hinaus hilft Slovak Telekom gehörlosen und hörgeschädigten Menschen auch auf ihrem beruflichen Weg. Über das Förderprogramm „Looking for Another Sense - FOR BUSINESS“ bietet die slowakische Landesgesellschaft einen Wochenkurs „How to Launch a Business“ an. Die Teilnehmer werden hier bei der Umsetzung eigener Geschäftsideen unterstützt und erhalten dabei die Möglichkeit, einen Zuschuss bis 3 320 Euro für den Aufbau ihrer Existenz zu gewinnen. 2010 nahmen 13 gehörlose und hörgeschädigte Menschen an dem Kurs teil. Anschließend stellten elf von ihnen ihre Geschäftsideen vor, beispielsweise das Illustrieren von Kinderbüchern, die Produktion von Fallschirmen oder die Eröffnung eines Cafés.

☐ Slovak Telekom: Hilfe für benachteiligte Menschen.

Die slowakische Landesgesellschaft Slovak Telekom hat auch im Jahr 2010 ihr Engagement im Rahmen des „Endowment Fund Slovak Telekom“ fortgesetzt. Der 2007 initiierte Stiftungsfonds ermöglicht durch das Stiften von Projekten insbesondere für Menschen mit Behinderungen oder aus schwierigen sozialen Verhältnissen den Zugang zu moderner ICT und damit die aktive Teilnahme an der Wissensgesellschaft. 2010 unterstützte der „Endowment Fund Slovak Telekom“ 56 Projekte und 23 Einzelpersonen mit insgesamt 228 000 Euro.

Der Fonds wird von der slowakischen Intenda Stiftung verwaltet, die auch die unterstützten Projekte beaufsichtigt. Bis Ende 2010 wurden insgesamt rund 197 Projekte und 132 Einzelpersonen mit rund 655 000 Euro unterstützt.

☐ T-Systems in Tschechien: „Connect People with Disabilities“.

Um Menschen mit Behinderung und altersbedingten Einschränkungen an der Informationsgesellschaft teilhaben zu lassen, hat T-Systems Czech Republic im Jahr 2010 das Projekt „Connect People with Disabilities“ ins Leben gerufen. Im Rahmen dieser Initiative schulen tschechische T-Systems-Mitarbeiter blinde Menschen. Im Dezember 2010 brachten sie so zum wiederholten Mal zehn sehbehinderten Menschen das technische Innenleben von IT-Komponenten näher.

Ein weiterer Schwerpunkt des Projekts ist die kostenlose Ausstattung von Wohltätigkeitsorganisationen und Senioreneinrichtungen mit Computern und Internetzugängen. Im Juni 2010 ging T-Systems Czech Republic hierzu eine Kooperation mit der Wohltätigkeitsorganisation Sue Ryder in Tschechien ein. Seit Beginn der Zusammenarbeit wurden bereits drei Computer zur Verfügung gestellt, an denen Mitarbeiter von T-Systems bereits rund 20 Senioren im Umgang mit neuen Medien schulten.

☐ Makedonski Telekom: Hörspiele für sehbehinderte Kinder.

Zu den Neujahrsfeiertagen erhielten Kinder mit Sehbehinderung in der „State School for Rehabilitation of Children and Youth with Visual Impairment „Dimitar Vlahov““ Geschenkpakete und zwei Hörspiel-CDs. Die CDs stammten von Makedonski Telekom, die Pakete wurden von der T-Mobile for Macedonia Foundation beigesteuert. Die Hörspiele wurden mit Unterstützung von Makedonski Telekom produziert. Bis Ende Februar 2011 wurden vier weitere Hör-CDs aufgenommen – darunter Klassiker wie „Schuld und Sühne“ von Fjodor Dostojewski, aber auch Kinder- und Jugendliteratur. Mit diesem außergewöhnlichen Projekt soll Menschen mit Sehbehinderung der Zugang zu Literatur und Kunst erleichtert werden. Auf diese Weise leistet Makedonski Telekom einen Beitrag zur kulturellen und sozialen Integration aller Mitglieder der Gemeinschaft.

☐ lobby.16: Hilfe für jugendliche Flüchtlinge in Österreich.

T-Systems Austria und T-Mobile Austria arbeiten bei der Unterstützung des gemeinnützigen Vereins lobby.16 Hand in Hand. Der Verein gibt jugendlichen Flüchtlingen aus Afghanistan und dem Sudan, die ohne Eltern in Österreich leben, eine berufliche Perspektive. Er hilft ihnen beispielsweise bei der Suche nach Praktika und Schulungen. Dadurch sollen die jungen Menschen in der Entwicklung ihrer Fähigkeiten unterstützt werden, Vertrauen in ihre Begabungen entwickeln und an Selbstbewusstsein gewinnen.

Zwischen Mai und Juli 2010 absolvierten zehn Jugendliche mit Unterstützung von T-Systems Austria einen dreimonatigen Computerkurs, um sich für den Arbeitsmarkt zu qualifizieren. Sieben von ihnen schlossen den Kurs erfolgreich ab. Dafür erhielten sie nicht nur ein Zertifikat, sondern auch ein Wertkartenhandy, das von T-Mobile Austria ein Jahr lang mit 20 Euro monatlich aufgeladen wird. Im September 2010 startete der zweite Computerkurs, den sechs Jugendliche erfolgreich abschließen konnten.

Drei der Jugendlichen aus Afghanistan, die erfolgreich am ersten Computerkurs teilgenommen und besonderes Interesse am Mobilfunkgeschäft gezeigt hatten, haben bei T-Mobile Austria eine dreijährige Ausbildung zum Einzelhandelskaufmann mit Schwerpunkt Telekommunikation begonnen. Weiteren zwei jungen Absolventen bot T-Systems Austria ein Praktikum an. 2011 wird die Kooperation mit der Organisation lobby.16 ausgeweitet: Zum einen sind mehr Computerkurse geplant. Zum anderen erhalten weitere jugendliche Flüchtlinge von lobby.16 die Chance auf eine Lehrstelle bei den österreichischen Landesgesellschaften.

☐ Forschungspreis für seltene Erkrankungen.

Seltene chronische Erkrankungen sind oft noch wenig erforscht. Das vorhandene Wissen ist darüber hinaus schwer zugänglich – sowohl für Betroffene als auch für Ärzte. Um diesem Mangel zu begegnen, hat die Deutsche Telekom zusammen mit dem Verein Allianz Chronischer Seltener Erkrankungen (ACHSE) e.V. das Informations- und Kommunikationsportal www.achse.info ins Leben gerufen. Seit 2007 besteht die Partnerschaft, in der die Deutsche Telekom neben einer finanziellen Unterstützung auch personelle Ressourcen und Infrastruktur zur Verfügung stellt. Darüber hinaus hilft der Konzern ACHSE e.V. bei der Organisation und Durchführung öffentlichkeitswirksamer Veranstaltungen und Aktionen.

Schirmherrin des Vereins ist Eva Luise Köhler, die Ehefrau des ehemaligen deutschen Bundespräsidenten und Gründerin der „Eva Luise und Horst Köhler Stiftung für Menschen mit Seltenen Erkrankungen“. Im März 2010 vergab die Stiftung zum dritten Mal den mit 50 000 Euro dotierten „Eva Luise Köhler Forschungspreis für Seltene Erkrankungen“ in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom in Berlin. In Anwesenheit der spanischen Kronprinzessin Letizia ehrte Eva Luise Köhler die beiden Mediziner Karin Jurkat-Rott und Marc-André Weber. Sie forschen nach neuen Medikamenten gegen die Muskelerkrankung „Hypokaliämische periodische Paralyse“.

☑ Bonner Chancen: Kindern ein anregendes Umfeld schaffen.

Mit dem Wettbewerb „Bonner Chancen“ unterstützt die Telekom seit 2005 Lern- und Freizeitangebote für Kinder und Jugendliche an ihrem Hauptsitz in Bonn. Den Heranwachsenden soll durch ein verbessertes Freizeit- und Bildungsangebot ein attraktives Umfeld für das Leben in der Stadt geschaffen werden. Zur Verwirklichung kreativer und förderwürdiger Projektideen stiftete die Telekom seither jedes Jahr rund 100 000 Euro.

Im Mai 2010 prämierte eine Expertenjury unter der Leitung von Birgit Klesper, Leiterin Corporate Responsibility Deutsche Telekom, sechs Schulen und vier Jugendeinrichtungen in Bonn. Unter dem Motto „Füreinander - Miteinander!“ waren alle Bonner Bürger aufgerufen, sich dem Thema Integration zu widmen. Sie sollten sich in Schulen und sozialen Einrichtungen mit und für Kinder und Jugendliche engagieren.

Bonner Chancen 2011 im Zeichen der Grenzenlosigkeit.

Im Jahr 2011 wollen wir mit den „Bonner Chancen“ unter dem Motto „Gemeinsam anders. Ich. Du. Wir.“ ein Gemeinschaftsgefühl schaffen und die Menschen dazu anregen, grenzüberschreitende Projekte umzusetzen – sei es ein integratives Sportprojekt, ein mehrsprachiges Theaterstück oder ein multimediales Musical. In einer Festveranstaltung im Herbst 2011 werden sich alle Projekte der Öffentlichkeit vorstellen. In diesem lokalen Förderwettbewerb stehen den Gewinnerprojekten bis zu 10 000 Euro Fördergelder in Aussicht.

☑ Brasilien: Ausbildungschance für Jugendliche.

45 Auszubildende im Jahr 2010.

Mit dem Programm „Jovem Aprendiz“ erleichtert T-Systems do Brazil bereits seit 2003 jungen Menschen aus schwierigen sozialen Umständen den Einstieg ins Berufsleben. Jugendliche erhalten die Chance, eine berufsbildend-technische Ausbildung zu absolvieren – auch ohne vorangehende Arbeitserfahrung. In der zweijährigen Berufsausbildung werden dabei sowohl theoretische als auch praktische Inhalte vermittelt. Nach erfolgreichem Abschluss des Programms bietet T-Systems do Brazil den Absolventen die Möglichkeit, in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen zu werden.

Im Jahr 2010 nahmen 45 Auszubildende an dem Programm teil. Insgesamt haben seit dem Projektstart 25 Jugendliche die Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Auch 2011 wird das Programm weitergeführt. Die brasilianische Landesgesellschaft überarbeitet derzeit die Programminhalte, um die Jugendlichen verstärkt auch für Tätigkeiten im Kundenservice auszubilden, da hier ein großer Bedarf an Nachwuchskräften besteht.

☑ Magyar Telekom: Förderung einer benachteiligten Region.

Das Gemeinschaftsprojekt „Jövő/Menő“ von Magyar Telekom und der Szívlapát Stiftung verfolgt das Ziel, die schwach entwickelte Region Mezőcsát im Norden Ungarns langfristig durch den Aufbau einer nachhaltigen Infrastruktur zu fördern. Die Region, in der etwa 15 000 Einwohner leben, leidet unter einer hohen Arbeitslosigkeit, einer schwachen medizinischen Versorgung und wenig Tourismus. Zudem ist in dieser Region die digitale Spaltung der Gesellschaft besonders signifikant. Magyar Telekom unterstützt „Jövő/Menő“ im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit der Szívlapát Stiftung über einen Zeitraum von drei Jahren.

Ein Baustein des Projekts wird die Integration der „[Digital-Bridge-Initiative](#)“ der ungarischen Landesgesellschaft sein. Als zweites Projekt ist die Erstellung eines Online-Katalogs geplant, in dem landwirtschaftliche Betriebe sich und ihre Produkte einer breiten Öffentlichkeit präsentieren können. Drittens soll eine Medienschule für Jugendliche dazu beitragen, dass diese per Internet über Neuigkeiten aus der Region berichten. Magyar Telekom Mitarbeiter aus der Gegend werden das Gemeinschaftsprojekt im Rahmen von Corporate Volunteering-Einsätzen unterstützen.

Diese Initiative soll die Einheimischen nicht nur mobilisieren, sondern sie auch mit nachhaltigen Lösungen zur Vereinfachung des Alltags vertraut machen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > engagement@telekom > Corporate Volunteering

Corporate Volunteering.

Ehrenamtliches Engagement hat in den meisten Ländern, in denen die Telekom aktiv ist, einen hohen gesellschaftlichen Stellenwert. Auch viele Mitarbeiter der Telekom leisten ihren ganz persönlichen Beitrag für die Gesellschaft und füllen damit das strategische CR-Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“ mit Leben. Wir unterstützen unsere Beschäftigten darin, ihre freiwilligen Aktivitäten mit dem Beruf zu vereinbaren. Denn als verantwortungsvolles Unternehmen wollen wir gemeinsam mit allen Mitarbeitern zu einer positiven Entwicklung der Gesellschaft beitragen.

Die positiven Effekte des gemeinsamen Engagements unserer Beschäftigten – wie die Erweiterung der sozialen Kompetenz und die Stärkung des Teamgedankens – nutzen wir gezielt in der Personalentwicklung in vielen Bereichen des Konzerns. Zudem engagieren wir uns weltweit mit Unternehmensspenden (Corporate Giving) für gesellschaftliche Belange. Dabei bieten wir unseren Mitarbeitern die Gelegenheit, über den Spendenzweck mitzuentcheiden.

☑ Deutschland: Neues Corporate-Volunteering-Konzept.

Im Herbst 2010 führte die Telekom Deutschland unter dem Dach von engagement@telekom ein umfassendes Konzept für Corporate Volunteering ein, das aus drei Bausteinen besteht:

- Ein neues Intranetportal bietet den Beschäftigten sowohl Tipps für die ehrenamtliche Arbeit in ihrer Freizeit als auch Kontaktadressen für konkrete Aktivitäten und Austauschmöglichkeiten mit engagierten Kollegen.
- Corporate Volunteering wird in die Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter integriert.
- Alle Mitarbeiter haben die Möglichkeit, bei der Telekom Fördergelder für gemeinnützige Projekte zu beantragen, in denen sie sich engagieren. Der Corporate Giving-Ansatz baut dabei auf die bereits seit Jahren bestehende interne Spendenrichtlinie der Deutschen Telekom auf. Jährlich werden 1 000 Anfragen von Mitarbeitern bewilligt und Spenden in Höhe von insgesamt 250 000 Euro vergeben. Eine wesentliche Voraussetzung für die Unterstützung durch das Unternehmen ist der inhaltliche Bezug zu einem der drei strategischen CR-Handlungsfelder sowie der Nachweis, dass sich die Mitarbeiter in ihrer Freizeit in der Organisation engagieren.

☑ Telekom in Deutschland: Coaching für Hauptschüler.

Die Deutsche Telekom hat die Möglichkeiten ehrenamtlichen Engagements im Rahmen des neuen Corporate-Volunteering-Programms deutlich erweitert: Ihre Mitarbeiter können aus verschiedenen gemeinnützigen Engagements wählen, die ihnen auf einem Intranet-Portal vorgestellt werden. Weiterhin können sie auch eigeninitiativ tätig werden.

So unterstützen beispielsweise die Beschäftigten der Deutschen Telekom am Standort Bonn seit Oktober 2010 das Pilotprojekt „Jetzt Du!“ des gemeinnützigen Vereins tandem4you.

Der Verein hat sich zum Ziel gesetzt, Jugendliche in Hauptschulen für Ausbildungsberufe fit zu machen. Hauptschüler haben in Deutschland wesentlich geringere Chancen als Realschüler und Abiturienten, einen Ausbildungsplatz zu bekommen. Mit dem Pilotprojekt „Jetzt Du!“ will der Verein für mehr Chancengleichheit sorgen. Einen Beitrag hierzu leisten die Bonner Mitarbeiter der Deutschen Telekom: Sie entlasten Pädagogen der Bonner Theodor-Litt-Sekundarschule im laufenden Unterricht oder in Einzelnachhilfestunden, gestalten Förderstunden oder geben Internetkurse. Das Projekt läuft vorerst bis zum Ende des Schuljahres 2010/11. Bei erfolgreichem Verlauf wird das Konzept weitergeführt und gegebenenfalls auf weitere Hauptschulen in Bonn ausgedehnt.

☑ T-Mobile Czech Republic: Ein Tag für Menschen in Not.

Fast jeder vierte Mitarbeiter im freiwilligen Einsatz für bedürftige Menschen.

Mehr als 600 Mitarbeiter von T-Mobile Czech Republic – fast ein Viertel der Beschäftigten – beteiligten sich 2010 am Freiwilligenprogramm „One Day for People in Need“: Einen Tag lang können sich die Mitarbeiter für eine NGO ihrer Wahl engagieren – bei vollem Gehalt. Seit Beginn der Corporate Volunteering-Aktion im Jahr 2005 unterstützen die Mitarbeiter von T-Mobile Czech Republic damit gemeinnützige Organisationen bereits mit insgesamt 1 729 Arbeitstagen.

„One Day for People in Need“ wurde im November 2010 mit dem TOP Philanthropist Award ausgezeichnet. Die tschechische Landesgesellschaft erhielt diesen internationalen Preis der Plattform „Business for the Society“ in der Kategorie „Responsible Partnership with Employees 2010“ für seine Vorreiterrolle: T-Mobile Czech Republic gehörte landesweit zu den ersten Unternehmen, die ihren

Mitarbeitern eine Arbeitsfreistellung für einen guten Zweck ermöglichen.

Im Berichtszeitraum baute T-Mobile Czech Republic in Kooperation mit der [VIA Stiftung](#) darüber hinaus ihr Engagement für den gemeinnützigen Sektor weiter aus: Bis Ende 2010 nahmen insgesamt 109 Mitarbeiter von NGOs an [PR-Workshops](#) teil, die von Beschäftigten der tschechischen Landesgesellschaft abgehalten wurden. Im Jahr 2011 weitet das Unternehmen die Schulungen aus und bietet zusätzlich Vertiefungs-Workshops und neue thematische Schwerpunkte, darunter Marketing und Personalwesen, an.

▼ T-Mobile Macedonia: Mitarbeiter unterstützen Stiftungsarbeit.

Als eine der ersten Unternehmensstiftungen in der EJR Mazedonien wurde die „T-Mobile for Macedonia Foundation“ im Jahr 2002 ins Leben gerufen. Mit den Stiftungsgeldern werden wohltätige Zwecke gefördert. Die Arbeit der Stiftung wird im Wesentlichen von den Mitarbeitern von T-Mobile Macedonia und Makedonski Telekom getragen: Sie sind im Stiftungsvorstand vertreten, unterstützen das Stiftungssekretariat und engagieren sich ehrenamtlich für verschiedene, von der Stiftung geförderte gemeinnützige Projekte.

So wurde beispielsweise der Oktober 2010 zum „Month of Active Volunteering“ ernannt: Mitarbeiter der beiden mazedonischen Landesgesellschaften lieferten an vier Aktionstagen insgesamt über 500 gebrauchte Büromöbel an drei NGOs und eine Klinik aus. Im Dezember 2010 initiierte die Stiftung zum sechsten Mal in Folge die [New Year Caravan](#).

2010 wurde die Stiftung vom mazedonischen „[Centre for Institutional Development](#)“ für ihre wohltätige Arbeit ausgezeichnet.

▼ Künstlerische Zusammenarbeit in Polen.

Kinder zu künstlerischem Schaffen anzuregen – das ist das Ziel des Projekts „Share your Passion“, in dem sich seit 2002 Mitarbeiter von PTC engagieren. Im Jahr 2010 organisierten sie gemeinsam mit NGOs sieben Kunst-Workshops für Kinder. Die Werke der kleinen Künstler wurden vor Weihnachten unter allen [Mitarbeitern der polnischen Landesgesellschaft versteigert](#). Die Summe wurde von PTC verdoppelt, sodass insgesamt PLN 127 000 (rund 32 110 Euro) an die kooperierenden NGOs übergeben werden konnten – ein wertvoller Beitrag, der weitere Bildungsprojekte für Kinder ermöglicht. Zu den NGOs zählten unter anderen die „Equal Opportunities Foundation“ aus Lodz sowie die „Educational Advantages Foundation“ und die „Common Playground Association“ aus Warschau.

▼ „Huddle Up“ in den USA – Für eine bessere Nachbarschaft.

Die Beschäftigten von T-Mobile USA engagieren sich seit 2006 im Rahmen von „[Huddle Up!](#)“ für eine bessere Freizeitgestaltung von Kindern und Jugendlichen. Mit finanzieller Unterstützung und dem Engagement der Mitarbeiter werden Nachmittagsangebote für die Heranwachsenden geschaffen. Dadurch werden auch die Menschen aus der Nachbarschaft miteinander in Verbindung gebracht und angeregt, die Gemeinschaft aktiv mitzugestalten. Seit Projektstart engagierten sich über 8 000 Mitarbeiter an fast 60 Aktionstagen.

▼ Mitarbeiter sammeln Lebensmittel für Bedürftige.

Engagement für die Deutsche Tafel .

Die Telekom unterstützt den [Bundesverband Deutsche Tafel e.V.](#) seit 2009 mit Geldspenden und Sachmitteln. Im Rahmen der [Weihnachtsspendeaktion 2010](#) übergab der Konzern 138 000 Euro an die Tafel. Von diesem Geld konnten 13 Kühlfahrzeuge angeschafft werden.

Das Engagement des Konzerns wird wiederholt durch konkrete Aktionen der Mitarbeiter unterstützt: Auf der Lebensmittelmesse Fruit Logistica im Februar 2010 in Berlin sammelten Mitarbeiter der T-Systems Multimedia Solution gemeinsam mit 350 weiteren ehrenamtlichen Helfern Lebensmittel für Bedürftige. In knapp drei Stunden kamen rund 150 Tonnen Lebensmittel zusammen, das entspricht 29 LKW-Ladungen. Dies war europaweit die größte Gemeinschaftsaktion zur Sammlung von Lebensmitteln.

Unterstützung der Wiener Tafel.

Einen Beitrag für sozial benachteiligte Menschen in Wien leisteten Mitarbeiter von T-Mobile Austria im November 2010. Sie sammelten mehr als 250 Kilogramm Nahrungsmittel und Hygieneprodukte, die anschließend von der [Wiener Tafel](#) an Frauenhäuser und Mutter-Kind-Heime geliefert wurden.

Auch T-Systems Austria unterstützt die Tafel in Wien: Im Sommer 2010 stattete die Landesgesellschaft die Wiener Tafel mit einem Internetnetzwerk und den notwendigen technischen Geräten aus, als diese neue Büroräume in der Nähe der T-Systems-Zentrale bezog.

Lebensmittel für Bedürftige in Madrid und Barcelona.

Eine Mitarbeiterin von T-Systems Iberia regte im Jahr 2010 die erste Lebensmittelsammlung des Unternehmens an. Die Beschäftigten der spanischen Landesgesellschaft sammelten im Mai 2010 für die NGO „Food Bank“ insgesamt 273 Kilogramm Lebensmittel in Madrid und Barcelona. Für 2011 ist eine Fortführung der Zusammenarbeit geplant – mit dann jährlich zwei Aktionen.

☑ Internationales Engagement für Natur und Umwelt.

Konzernweit setzen sich unsere Mitarbeiter für eine gesündere Umwelt und für den Schutz der Natur ein.

Slovak Telekom: Mitarbeiter pflanzen 600 Bäume.

Mehr als 40 Beschäftigte von Slovak Telekom pflanzten an einem Wochenende im August 2010 600 Bäume im slowakischen Naturschutzgebiet der Hohen Tatra. Sie setzten damit das seit 2004 bestehende Engagement der Landesgesellschaft zur Aufforstung des Tatra-Nationalparks fort.

T-Hrvatski Telekom: Spenden und Mitarbeiterereinsatz für Wiederaufforstung.

Die kroatische Landesgesellschaft T-Hrvatski Telekom unterstützt seit 2008 verschiedene Umweltprojekte. 2010 spendete die Landesgesellschaft insgesamt eine halbe Million Kunas (rund 67 310 Euro) für das ökologische Projekt „Afforestation of Burnt Areas“ in Kooperation mit der öffentlichen Institution „Kroatische Wälder“. 215 Mitarbeiter von T-Hrvatski Telekom unterstützten das Engagement des Unternehmens im Oktober 2010, indem sie sich ehrenamtlich an Aufforstungsarbeiten in von Waldbränden zerstörten Gebieten beteiligten.

Cosmote: Aufforstung in Griechenland, Rumänien und Bulgarien.

- In Griechenland setzten sich Cosmote-Mitarbeiter 2010 erneut für die Aufforstung in von Waldbränden beschädigten Regionen ein. Im März 2010 beteiligten sich 70 von ihnen an einer Aufforstungsaktion in der Gemeinde Penteli nahe Athen. Insgesamt konnten dabei 45 000 Bäume gepflanzt werden. An der Bepflanzung von 200 Bäumen in der Bergregion Hymettus beteiligten sich im Oktober 2010 weitere 15 Mitarbeiter von Cosmote.
- In Rumänien beteiligten sich rund 150 Cosmote-Mitarbeiter bei den größten Wiederaufforstungsaktionen im Jahr 2010 – Ziel war es, einen neuen Wald zu pflanzen. In Kooperation mit der zweitgrößten rumänischen Umweltorganisation MaiMultVerde setzten sie im November 2010 auf einer Fläche von 20 000 Quadratmetern 10 000 kleine Eichen.
- Das zweite Jahr in Folge unterstützte die Landesgesellschaft Globul den bulgarischen „Tag der Nationalparks“ im Mai 2010. Gemeinsam mit dem World Wide Fund For Nature (WWF) Bulgarien setzte sie eine landesweite Informationskampagne um. Zudem halfen 150 Mitarbeiter der bulgarischen Landesgesellschaft bei der Säuberung von Nationalparks.

OTE: Einsatz für Natur und Tierwelt.

- Mit der Unterstützung der beiden NGOs „ANIMA“ (seit 2010) und „CALLISTO“ (seit 2008) setzten sich die OTE-Beschäftigten für den Erhalt der Natur- und Tierwelt ein. Im Oktober 2010 organisierte OTE zusammen mit „ANIMA“ eine Veranstaltung für Mitarbeiter und freiwillige Helfer, in der Wildvögel in ihre natürliche Umgebung zurückgesetzt wurden. 70 Beschäftigte von OTE nahmen gemeinsam mit ihren Familien daran teil.
- Des Weiteren rief OTE ihre Mitarbeiter im Rahmen einer internen Kommunikationskampagne dazu auf, sich am Weltumwelttag zu engagieren.

Makedonski Telekom: Bäume pflanzen für die Zukunft.

Bereits seit 2008 engagieren sich die Mitarbeiter von Makedonski Telekom für die mazedonische Bürgerinitiative „Tree Day - Plant your Future“. Im Jahr 2010 sorgte Makedonski Telekom mit einer breit angelegten Kampagne für die landesweite Ausweitung des Projekts. So schaffte sie es, viele Bürger des Landes für das Thema Aufforstung zu sensibilisieren. Inzwischen pflanzen Mitarbeiter von Makedonski Telekom und T-Mobile Macedonia gemeinsam mit vielen mazedonischen Bürgern zweimal jährlich Bäume und verschönern Parks.

☑ Mitarbeitereinsatz zur Stärkung sozialer Kompetenzen.

Sowohl langjährige Führungskräfte als auch junge Talente der Telekom haben sich im Jahr 2010 im Rahmen des Corporate Volunteering engagiert. Davon profitierten nicht nur die begünstigten Menschen, sondern auch die Beschäftigten selbst in ihrer persönlichen Weiterentwicklung.

Social Day: Lokales Engagement von Nachwuchskräften.

Im Rahmen des Programms „Start-up!“ für Nachwuchskräfte ist der sogenannte Social Day zum festen Bestandteil geworden: Die jungen Talente der Deutschen Telekom können sich hierbei auf freiwilliger Basis an einem Tag für einen guten Zweck einsetzen. Anlässlich des zweiten Social Day im April 2010 engagierten sich mehr als 20 „Start-up!“-Teilnehmer für das Bonner Kinder- und Jugendheim Maria im Walde in Bonn. Die Nachwuchskräfte befreiten zusammen mit den Jugendlichen die Laubengänge des Heims von Unkraut und Moos. Im Jahr 2011 wird der dritte Social Day stattfinden.

Der Social Day wurde im Jahr 2009 vom Personalbereich gemeinsam mit dem CR-Bereich, der die Aktion inhaltlich begleitet, ins Leben gerufen. Durch den verbindlichen Einsatz für gesellschaftliche Belange werden die zukünftigen Führungskräfte bereits frühzeitig für die Bedeutung des Themas Corporate Responsibility sensibilisiert.

Gemeinsame Aktivitäten mit behinderten Menschen.

Im Therapiezentrum in Bonn-Beuel, einem Wohnheim für erwachsene Menschen mit Körper- oder

Mehrfachbehinderung, gestaltete ein Team von zwölf Telekom-Mitarbeitern einen Grillnachmittag. Anschließend besuchten sie gemeinsam mit den Bewohnern des Zentrums ein Basketball-Bundesligaspiel der Bonner Mannschaft Telekom Baskets.

Neuer Außenbereich für Wohnheim der Lebenshilfe Bonn.

Ein Führungskräfte-Team der Telekom unterstützte im November 2010 das Ingeborg-Thomae-Haus, ein Wohnheim der Lebenshilfe Bonn, bei der Neugestaltung des Außenbereichs. Zusammen mit den Heimbewohnern besserten sie zwei Tage lang ein Dutzend Holzstühle und Tische im Freien aus und strichen diese an. Darüber hinaus bauten sie eine Bühne mit zweistöckiger Zuschauertribüne für etwa 100 Zuschauer. Die Erwartungen der Teilnehmer wurden dabei weit übertroffen. Die Kollegen wuchsen durch die gemeinsame Arbeit näher zusammen und konnten in einem ungewohnten Arbeitsumfeld ihre eigenen Stärken und Schwächen neu ausloten.

T-Systems Austria: Einsatz für benachteiligte Kinder.

22 Mitarbeiter von T-Systems Austria zeigten im Oktober 2010 im Rahmen einer Teambuilding-Maßnahme soziales Engagement: Sie legten einen Spielplatz mit Kräutergarten für die sozialpädagogische Wohngemeinschaft „Villa Mia“ im Burgenland an. Vom Engagement der Mitarbeiter profitierte nicht nur die Wohngemeinschaft. Nachdem zwei Abteilungen von T-Systems Austria in den vorangegangenen Monaten zusammengeführt worden und auf 22 Mitarbeiter gewachsen waren, erleichterte ein näheres Kennenlernen das gemeinschaftliche Engagement, unterstützte den Teamgeist und stärkte die Arbeitsmotivation in der neuen Abteilung. Die „Villa Mia“ öffnete im November 2010 ihre Tore und bietet seitdem leidgeprüften Kindern im Alter von 2 bis 14 Jahren einen Zufluchtsort.

☑ Deutschland: Einbindung von Auszubildenden und Studenten.

Die Telekom zählt zu den größten Ausbildungsbetrieben in Deutschland. Unseren mehr als 10 000 Auszubildenden und Studenten dualer, also berufsbegleitender Studiengänge wollen wir neben fachlichen Qualifikationen auch Werte vermitteln und ihre sozialen Fähigkeiten stärken. Daher ist das gesellschaftliche Engagement fester Bestandteil der betrieblichen Ausbildungsprogramme der Telekom.

„Verantwortung gewinnt!“: Herausragende Initiativen junger Talente.

Seit 2009 zeichnen wir im Rahmen des internen Wettbewerbs „Verantwortung gewinnt!“ das ehrenamtliche Engagement der Nachwuchskräfte aus. Im Januar 2011 ging der Wettbewerb in die zweite Runde. Rund 1 000 Auszubildende und duale Studenten reichten mehr als 90 Projekte zu Themen wie Freiheit und Unabhängigkeit, Gerechtigkeit, Respekt, Zivilcourage oder Umweltbewusstsein ein.

Die Gewinnerprojekte kamen aus den Ausbildungszentren Landshut, Bielefeld, und Potsdam:

- Das prämierte Team aus Bayern hatte eine Wohltätigkeits-Sportveranstaltung organisatorisch unterstützt.
- Mit dem Projekt "Wir sind gut - besser mit Euch!" legten die Bielefelder Auszubildenden den Grundstein für eine Zusammenarbeit des Ausbildungszentrums der Telekom mit der lokalen Ausbildungsstätte der Jugendhilfe.
- Das Team aus Potsdam verfasste einen Musiksong und einen Dokumentarfilm. Mit diesen Beiträgen wollen die Azubis auf Missstände aufmerksam machen.

Persönlicher Einsatz beim Freiwilligentag in Essen.

Auszubildende der Deutschen Telekom bewiesen beim 1. Freiwilligentag der [Freiwilligenagentur Essen](#) im Juni 2010 ehrenamtlich ihre organisatorischen Fähigkeiten. An diesem Tag öffneten gemeinnützige Organisationen und Initiativen unter dem Motto „Essen tut gut!“ ihre Türen für freiwillige Helfer. In der Vorbereitung des Aktionstags erhielt die Freiwilligenagentur volle Unterstützung von den Telekom-Auszubildenden: Sie organisierten eine Info-Hotline, gestalteten den Internetauftritt und bewarben die Veranstaltung.

Telekom-Azubis unterstützen Hilfskonvoi.

Im Dezember 2010 sammelten 16 Telekom-Auszubildende aus Regensburg, Passau und Traunstein rund 760 Euro zur Unterstützung eines Hilfskonvois. Hiervon wurden Lebensmittel, Drogerieartikel und Spielzeug für 35 Hilfspakete gekauft und an bedürftige Menschen in Albanien, Bosnien, Moldawien und Rumänien geschickt.

Unterstützung des SOS-Kinderdorfzentrums Bremen.

Die Auszubildenden am Telekom Ausbildungszentrum Bremen engagieren sich seit Anfang 2011 für das neue SOS-Kinderdorfzentrum vor Ort: Gemeinsam mit den SOS-Mitarbeitern planen sie im Rahmen ihrer Abschlussarbeit den neuen Medienraum in der Alten Stadtbibliothek, richten diesen ein und bauen das Netzwerk auf. Einige Azubis werden im Medienraum Schulungen und PC-Kurse für Besucher und Mitarbeiter abhalten. Die finanziellen Mittel für den Ausbau der SOS-Einrichtung in der Alten Stadtbibliothek kommen ebenfalls von der Telekom. Im Rahmen der [Weihnachtsspendenaktion 2010](#) kamen 80 000 Euro für das SOS-Kinderdorfzentrum in Bremen zusammen, die im Januar 2011 überreicht wurden.

Kiel: Integration fördern und Verständnis schaffen.

Auszubildende in Kiel bieten seit Januar 2011 Flüchtlingen eine erste Orientierungshilfe und

Sprachkurse an. Zudem wollen sie dazu beitragen, dass die Bevölkerung vor Ort offener gegenüber Menschen aus anderen Kulturen wird. Derzeit nehmen rund 15 Flüchtlinge unterschiedlicher Nationalität und Sprache, etwa aus dem Jemen, Afghanistan oder Algerien, an Gesprächskreisen und Deutschkursen teil. Partner für dieses Projekt ist die Zentrale Bildungs- und Beratungsstelle für Migranten in Schleswig-Holstein.

Spendenlauf für Initiative „Ich kann was!“.

Ein weiteres Beispiel für das verantwortliche Handeln und soziale Engagement unserer Auszubildenden aus dem Berichtszeitraum ist die Organisation eines Spendenlaufs zur Unterstützung der Initiative „[Ich kann was!](#)“ durch Auszubildende am Standort Bonn.

Kroatien: Beschäftigte schlagen Spendenziele vor.

„Together We Are Stronger“: Unter diesem Motto ruft T-Hrvatski Telekom seit 2006 ihre Mitarbeiter jedes Jahr dazu auf, lokale humanitäre Initiativen oder Einrichtungen für das Spendenprogramm des Unternehmens vorzuschlagen. Aus 198 Vorschlägen wurden im Juli 2010 insgesamt 27 Projekte und Einrichtungen von einer Jury aus Mitarbeitern ausgewählt. Von der Unterstützung von Kindern und Senioren über Bildungsprojekte bis hin zu Gesundheitsprojekten und Hilfeleistungen für sozial Schwache oder Kranke werden damit viele gesellschaftliche Bereiche abgedeckt. Beispielsweise wurde ein Projekt des kroatischen Roten Kreuz gefördert, das einen Spielplatz für Kinder erbaut, die in der Nähe von Minenfeldern aufwachsen. Insgesamt unterstützte T-Hrvatski Telekom die Umsetzung der von ihren Mitarbeitern vorgeschlagenen Projekte im Jahr 2010 mit 1 Million Kuna, umgerechnet rund 134 630 Euro.

Darüber hinaus führte die kroatische Landesgesellschaft im Juni 2010 eine interne Spendenrichtlinie ein. Diese regelt seither ein einheitliches Vorgehen bei der Vergabe von Spendengeldern und Sachspenden, wie zum Beispiel von Mobiltelefonen oder gebrauchter Büroausstattung. Die interne Richtlinie wurde im Einklang mit der konzernweiten [CR-Strategie](#) entwickelt: Geförderte Projekte und Organisationen müssen einen inhaltlichen Bezug zu einem der drei strategischen CR-Handlungsfelder aufweisen.

Videos von T-Hrvatski Telekom zur Kampagne „Together We Are Stronger“:

<http://www.youtube.com/v/4xNICXfxCQg>
(nur in Kroatisch verfügbar)

<http://www.youtube.com/v/ZyYZhITHBuU>
(nur in Kroatisch verfügbar)

<http://www.youtube.com/v/QuFtONNxq4>
(nur in Kroatisch verfügbar)

Polen: Mitarbeiter spenden Teil ihres Gehalts.

Die Mitarbeiter der polnischen Landesgesellschaft PTC können seit 2003 im Rahmen der Aktion „Together for Others“ Spenden an Projekte und Einrichtungen ihrer Wahl direkt von ihrem Gehalt abziehen lassen. Die Spendenbeträge werden daraufhin von PTC verdoppelt und dem Kooperationspartner, der [United Way Stiftung](#), übergeben. Dadurch tragen PTC und ihre Mitarbeiter zur Finanzierung von über 100 verschiedenen Projekten – unter anderem für Bildung und Gesundheit – bei. Im Jahr 2010 kamen Spendengelder in Höhe von 108 160 PLN (rund 27 340 Euro) zusammen.

Tschechien: Förderung von Umweltschutzgruppen.

Das sechste Jahr in Folge förderte T-Mobile Czech Republic mit dem „T-Mobile Fund“ im Jahr 2010 NGOs, die sich in den Regionen der drei Hauptstandorte der Landesgesellschaft engagieren. Die aktuelle Spendenvergabe stand unter dem Motto „Healthy Planet“. Aus 126 Bewerbungen wurden 43 Projekte ausgewählt, die zur Verbesserung des gesellschaftlichen Lebens oder der natürlichen Umwelt in den Regionen beitragen.

Die geförderten Organisationen erhielten Spendengutscheine im Wert von insgesamt 2,5 Millionen Tschechischen Kronen (rund 102 660 Euro). Zwölf „grüne“ Organisationen wurden zudem mit Mobiltelefonen und SIM-Karten im Wert von 250 000 Tschechischen Kronen (rund 10 270 Euro) ausgestattet. Seit 2005 unterstützte T-Mobile Czech Republic durch den „T-Mobile Fund“ bereits 585 Projekte mit insgesamt über 37 Millionen Tschechische Kronen (rund 1,5 Millionen Euro).

Malaysia: Finanzielle Hilfe für Katastrophenopfer.

Seit 2009 bietet T-Systems Malaysia seinen Mitarbeitern die Möglichkeit, sich im Rahmen von Spendensammlungen für die Gesellschaft zu engagieren. Im Jahr 2010 wurden in Kooperation mit einem Kunden Geld- und Sachspenden gesammelt, die lokalen Waisenhäusern zugute kamen. Mitarbeiter von T-Systems spendeten beispielsweise Kleidung und Schuhe und erfüllten damit die Wünsche der Kinder, die diese auf ihrem Weihnachtswunschzettel angegeben hatten. Des Weiteren unterstützte das Unternehmen über die malaysische Hilfsorganisation Roter Halbmond Opfer von

Katastrophen, darunter auch von dem Erdbeben in Indonesien betroffene Menschen. Mit den Spendenaufrufen möchte T-Systems Malaysia bei den Mitarbeitern ein größeres Bewusstsein für soziale Verantwortung schaffen und ihre Bereitschaft für freiwilliges soziales Engagement erhöhen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Vernetztes Leben

Vernetztes Leben.

E-Mail statt Brief, Online-Lexikon statt Enzyklopädie, Reiseportal statt Reisebüro: Die digitale Vernetzung im Alltag schreitet konstant voran. Als führender Informations- und Telekommunikationskonzern prägt auch die Telekom diese Entwicklung. Im Rahmen unserer [CR-Strategie](#) haben wir uns das Ziel gesetzt, treibende Kraft für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden.

Medienkompetenz fördern.

Wir wollen die Menschen auf dem Weg in die digitale Welt mitnehmen, sie informieren und ihnen Hilfestellungen geben. Daher fördern wir die [Medienkompetenz](#) sowohl von Kindern und Jugendlichen als auch von Menschen in fortgeschrittenem Alter, damit sie sicher und zielgerichtet ICT-Produkte und -Dienste sowie Medienangebote nutzen können. Zudem bieten wir wirksame Instrumente an, um [T-Cities](#) im deutschen Friedrichshafen und im ungarischen Szolnok. Hier werden Bürger, Unternehmen, Schulen, Wissenschaft und Medizin sowie die Stadtverwaltung in die Entwicklung innovativer Anwendungen für den „Online-Alltag“ einbezogen. Neue Dienste und Produkte für das vernetzte Leben von morgen werden einem Praxistest unterzogen.

Innovative Lösungen zum Wohl der Gesellschaft .

Wir arbeiten auch an Lösungen für gesamtgesellschaftliche Belange. So engagieren wir uns zum Beispiel unter dem Stichwort [E-Health](#) für den Aufbau einer modernen ICT-Infrastruktur zur Unterstützung des Gesundheitswesens und der medizinischen Versorgung.

Zunehmender Einsatz von Web 2.0 und Social Media im Konzern.

Auch unsere Beschäftigten können zunehmend die Vorteile einer vernetzten Lebens- und Arbeitswelt nutzen. Neben einer flexiblen Arbeitsgestaltung – beispielsweise über Tele-Arbeitsplätze – findet auch eine zunehmende interne Vernetzung statt. So kommunizieren unsere Mitarbeiter immer häufiger über Blogs, Wikis und soziale Netzwerke im Intranet und Internet. Diese neuen Kommunikationskanäle erfordern eigene Regeln. Daher geben wir unseren Beschäftigten mit den [Social Media Grundsätzen](#) eine Orientierungshilfe für ein angemessenes Verhalten in der Online-Kommunikation.

Um auch unsere Kunden im Netz zu erreichen, bietet die Telekom ihre Inhalte und Dienstleistungen in sozialen Netzwerken an. So haben wir beispielsweise als erstes DAX-Unternehmen mit „[Telekom hilft](#)“ einen Kundenservice über Twitter und Facebook zur Verfügung gestellt.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Vernetztes Leben > Medienkompetenz

Medienkompetenz.

Die Telekom setzt sich für die Stärkung von Medienkompetenz in der Gesellschaft ein. Im Fokus steht der sichere Umgang mit den neuen Informations- und Kommunikationsmedien, vor allem bei Jugendlichen und älteren Menschen. Denn mithilfe der neuen Medien können sie ihren Alltag komfortabler gestalten und gleichberechtigt an der Gesellschaft teilhaben.

Entgeltfreie Internetzugänge für Bildungseinrichtungen.

Kostenloses Surfen für 34 000 Schulen in Deutschland.

Als eines der wichtigsten Informations- und Kommunikationsmedien birgt das Internet großes Potenzial in der Wissensvermittlung. Dadurch ist es auch eine Bereicherung für den Schulunterricht: Zum einen kann auf Lehr- und Lernmaterial online zugegriffen werden, zum anderen ist das Internet selbst ein wichtiger Lerngegenstand. Gleichzeitig lernen junge Menschen den verantwortungsvollen Umgang mit neuen Medien. Wie die folgenden internationalen Beispiele zeigen, stellen sowohl die Telekom in Deutschland als auch zahlreiche Landesgesellschaften seit vielen Jahren Bildungsstätten schnelle Internetanschlüsse zur Verfügung:

Telekom@School: Langfristiges Engagement für deutsche Schulen.

In Deutschland stützt die Telekom seit dem Jahr 2000 im Rahmen des Infrastrukturprojekts Telekom@School rund 34 000 Allgemein- und Berufsbildende Schulen mit entgeltfreien Internetzugängen aus. Etwa 30 000 dieser Bildungseinrichtungen verfügen mit DSL bereits über einen Breitbandanschluss. Schülern und auch Lehrern soll hiermit die Möglichkeit geboten werden, neue Kommunikations- und Medienformen im Bildungsprozess zu nutzen.

Im Frühjahr 2011 wertete die Telekom die Leistung der Telekom@School-Anschlüsse auf bis zu 16 MBit/s (anstatt bisher 6 MBit/s) auf und ergänzte die enthaltenen Inklusivangebote unter anderem um ein Kinderschutzprogramm. Schulen in VDSL-Ausbaugebieten wird es ermöglicht, gegen einen geringen monatlichen Aufpreis, einen VDSL-Anschluss zu erhalten. Nach dem aktuellen DSL- und VDSL-Ausbau erzielen bereits mehr als 20 000 der rund 34 000 Schulen eine Verbesserung der Bandbreitenverfügbarkeit. 7 500 von ihnen können inzwischen mit VDSL versorgt werden.

„Surfing the World“: Schnelles Internet für griechische Inseln.

Die griechische Landesgesellschaft Cosmote unterstützt seit 2010 den uneingeschränkten Anschluss ländlicher Regionen an das Internet – mit dem in Griechenland einzigartigen Projekt „Surfing the World“. Bis Ende 2011 will die Landesgesellschaft alle Schulen der griechischen Inseln an das breitbandige Netz anschließen und sie zusätzlich mit der notwendigen Hardware ausstatten. Dadurch sollen in über 100 Schulen mehr als 3 000 Schüler einen unbegrenzten Internetzugang erhalten.

Den Auftakt machte dabei die Insel Iraklia in der südlichen Ägäis. Seit Ende 2010 verfügen bereits insgesamt 13 Inseln in Griechenland über einen unbegrenzten Internetanschluss.

Langfristiges Engagement in Kroatien, Montenegro und EJR Mazedonien

Auch andere Landesgesellschaften unterstützen Schulen und Bildungseinrichtungen in ihren Ländern – und das bereits seit Jahren:

- T-Hrvatski Telekom stellt im Rahmen des „Net in School“-Projekts seit mittlerweile zehn Jahren einen kostenlosen Zugang zu schnellem Internet für rund 2 635 Grund- und weiterführende Schulen in Kroatien bereit. Partner des Projekts ist das kroatische Ministerium für Wissenschaft, Bildung und Sport.
- Seit vier Jahren bietet Crnogorski Telekom den montenegrinischen Schulen einen kostenlosen Zugang zu schnellem Internet an. Rund 150 Grund- und Sekundarschulen haben bislang von diesem Engagement profitiert.
- In einem Gemeinschaftsprojekt mit der EJR Mazedonien verfolgt Makedonski Telekom das Ziel, Kindern, Jugendlichen und jungen Erwachsenen im ganzen Land kostenlos schnelles Internet zur Verfügung zu stellen. 2010 konnten im Rahmen des Projekts alle Studentenwohnheime in der EJR Mazedonien mit entsprechenden Netzzugängen ausgestattet werden. Zudem schloss die Landesgesellschaft bis heute 1951 Klassenzimmer in 93 Schulen ans schnelle Internet an.

Teachtoday: Förderung von Medienkompetenz an Europas Schulen.

Im September 2010 startete ein europaweiter Wettbewerb für mehr Sicherheit im Umgang mit elektronischen Medien (eSafety). Ziel des Wettbewerbs war es, die Medienkompetenz und auch den Austausch von Pädagogen und Jugendlichen zu fördern. Er wurde vom European Schoolnet in

Zusammenarbeit mit dem europäischen Teachtoday Konsortium organisiert. [Teachtoday Deutschland](#) ist eine Initiative der Unternehmen Telekom, Google, Microsoft, O2 und Vodafone in Kooperation mit der [Freiwilligen Selbstkontrolle der Multimedia-Diensteanbieter \(FSM e.V.\)](#) und der EU-Initiative [Klicksafe](#).

Lehrer aus allen Ländern der EU konnten im Rahmen des Wettbewerbs bis Mitte Januar 2011 eSafety-Projekte einreichen, die sie mit Schülern umgesetzt hatten. Thematischer Schwerpunkt war der verantwortungsvolle Gebrauch moderner Kommunikationstechnologien – von der Handynutzung bis hin zum Chat in sozialen Netzwerken. Jeden Monat wurde ein Pädagoge als „Lehrer/in des Monats“ für das beste Projekt ausgezeichnet. Die Gewinnerprojekte wurden zudem im Rahmen einer umfangreichen Berichterstattung auf www.teachtoday.de vorgestellt.

☑ Slovak Telekom zeichnet ICT-Einsatz im Unterricht aus.

Slovak Telekom widmet sich seit vielen Jahren der Verbesserung der ICT-Grundkenntnisse in Schulen. 2010 zeichnete sie mit dem „Slovak Telekom Award“ zum fünften Mal Lehrer aus, die Informations- und Kommunikationstechnologien auf innovative Art und Weise im Unterricht einsetzen.

Seit Beginn des „Slovak Telekom Award“ im Jahr 2006 haben fast 600 Pädagogen ihre Ideen eingereicht. Diese sind über eine Online-Datenbank auf der Projekt-Website www.cenast.sk öffentlich zugänglich, wodurch auch andere Pädagogen ermutigt werden sollen, ICT in den Unterricht zu integrieren. Bis Ende 2010 wurden dort insgesamt 840 Projekte registriert.

Verleihung des „Slovak Telekom Award“



(nur in slowakisch verfügbar)

Videos zu den Gewinnern 2009:

Projekt zum Einsatz von Multimedia im Geografieunterricht in einer Schule in der Stadt Nitra

[Spustit' video](#)

(nur in Slowakisch verfügbar)

Grundschulprojekt in Žilina

[Spustit' video](#)

(nur in Slowakisch verfügbar)

Musikprojekt in der Stadt Hrčec

[Spustit' video](#)

(nur in Slowakisch verfügbar)

▼ Niederlande: Spielerische Vermittlung von Medienkompetenz.

Rund 1,2 Millionen Heranwachsende erreicht.

Heranwachsende zwischen 8 und 18 Jahren erhalten in den Niederlanden seit Oktober 2010 im Rahmen von „WifiWijs“ Unterstützung für einen sicheren Umgang mit dem mobilen Internet. Das Bildungsprogramm wurde von den niederländischen Stiftungen „Media Ridders“, mit der T-Mobile Netherlands eine langfristige Partnerschaft pflegt, und „Kinderconsument“ initiiert.

T-Mobile Netherlands trug als Projektpartnerin zur Veröffentlichung einer Sonderausgabe des Comics Donald Duck bei: Die Landesgesellschaft gestaltete zwei Seiten des Hefts „WifiWijs in Duckstad“ mit kindgerecht aufbereiteten Informationen rund um das Thema „mobiles Leben“. Die Sonderausgabe lag im Oktober 2010 allen in den Niederlanden veröffentlichten Jugendzeitschriften des Sanoma-Verlages bei. Damit erreichte „WifiWijs in Duckstad“ rund 1,2 Millionen Kinder und Jugendliche in den Niederlanden. Die Donald-Duck-Geschichte wird im Internet auf www.wifiwijs.nl vierteljährlich online weiter erzählt und greift dabei Themen des „mobilen Lebens“ auf, wie beispielsweise den Umgang mit mobilem Internet und sozialen Netzwerken. Interessierte junge Menschen haben die Möglichkeit, am Inhalt mitzuwirken.

▼ T-Mobile USA fördert Medienkompetenz Jugendlicher.

T-Mobile USA unterstützt seit Januar 2011 die Initiative „Wireless Digital Connectors“ an ihrem Hauptsitz in Seattle. Das Mentoring-Programm schult Jugendliche im Alter zwischen 14 und 21 Jahren im sicheren und kompetenten Umgang mit neuen Medien. Dadurch werden sie fit gemacht für die Herausforderungen der Informations- und Wissensgesellschaft. Gleichzeitig unterstützen die Jugendlichen selbst als Paten ihr Umfeld bei der Anwendung neuer Medien und Technologien: Während der achtmonatigen Schulung besuchen sie zwei bis drei Mal wöchentlich Altenheime, Bildungseinrichtungen, Kirchen und andere Institutionen in ihren Gemeinden, um dort Internetneulingen das Netz näherzubringen.

Die Mitarbeiter von T-Mobile USA stehen den Jugendlichen als Mentoren mit ihrem Expertenwissen zur Seite. Zudem stellt die US-amerikanische Landesgesellschaft die technische Infrastruktur für das Projekt zur Verfügung. Die Unterstützung der „Wireless Digital Connectors“ knüpft damit an das seit Jahren bestehende Corporate Volunteering Projekt „[Huddle Up](#)“ von T-Mobile USA an.

▼ Deutschland: Mitarbeiter übernehmen Internet-Patenschaften.

Die Telekom unterstützt seit August 2010 das Pilotprojekt des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) „[Internet erfahren – gemeinsam durchs Netz](#)“. Die Initiative richtet sich an Menschen, die das Internet noch nicht richtig zu nutzen wissen, um sich berufliche und soziale Chancen der digitalen Medien zu erschließen. Zehn vorbildliche Projekte wurden hierbei im September 2010 im Rahmen des bundesweiten Wettbewerbs „[Wege ins Netz](#)“ ausgezeichnet, in dessen Jury die Telekom vertreten war. Wir stifteten zudem den Sonderpreis „Soziale Netzwerke“ in Höhe von 5 000 Euro. Dabei prämierte die Jury ein herausragendes Internetprojekt, das die aktive Teilhabe an der Gesellschaft und ihre Mitgestaltung fördert. Soziale Netzwerke und Blogs waren hier genauso gefragt wie Webseiten, die Tätigkeiten außerhalb des Netzes anstoßen.

Den größten Beitrag zur Initiative des BMWi leisteten im Berichtszeitraum jedoch unsere Mitarbeiter, die sich traditionell auf [vielfältige Weise](#) für die Belange der Gesellschaft einsetzen und unserem CR-Engagement dadurch ein persönliches Gesicht geben.

- **Große Bereitschaft zur Übernahme von Patenschaften:** Im Oktober 2010 riefen wir bundesweit alle unsere Mitarbeiter auf, sich als sogenannte „Internet-Paten“ ausbilden zu lassen und ihren Verwandten, Nachbarn und Freunden ehrenamtlich das Netz näher zu bringen. Ihre Aufgabe ist es, Interneteinsteiger in ihrem vertrauten Umfeld mit der Technik und den Anwendungen vertraut zu machen, um ihnen die Angst vor den neuen Medien zu nehmen. Rund 250 Mitarbeiter erklärten sich nach dem ersten Aufruf bereit, als Internet-Paten Medienkompetenz zu vermitteln. Seit dem 5. Januar 2011 läuft der zweite Aufruf.
- **Mitarbeiteridee zur Weiterentwicklung der „Internet-Paten“:** Ein Beschäftigter regte an, zukünftig auch gezielt ausländische Mitbürger im Rahmen des „Internet-Paten“-Programms anzusprechen. Die Idee wurde auf dem [CR-Day](#) am 23. November 2010 in Berlin ausgezeichnet.

☑ Crnogorski Telekom unterstützt Internetkurse für Jung und Alt.

Im Rahmen einer langfristig angelegten Kooperation mit den montenegrinischen Ministerien für Informationsgesellschaft und Bildung bot Crnogorski Telekom 2009 in Grund- und Sekundarschulen des Landes Internetkurse an. Daneben wurden auch ältere Menschen in speziellen Kursen mit dem Internet vertraut gemacht. Ziel des Langzeitprojekts ist es, junge und alte Menschen bei der Erweiterung ihrer Internetkompetenzen zu unterstützen. Das Schulungsprogramm für Senioren soll in der zweiten Hälfte des Jahres 2011 deutlich ausgeweitet werden.

☑ T-Mobile Czech Republic schult Senioren.

Im Jahr 2010 schulten T-Mobile-Mitarbeiter in Tschechien 1 700 ältere Menschen im Umgang mit Mobiltelefonen. Die tschechische Landesgesellschaft unterstützt das Projekt „Seniors Communicate“ bereits seit 2007. Initiatoren des Projekts sind der Stiftungsfonds des tschechischen Staatspräsidenten Václav Klaus und seiner Frau Livia.

☑ Magyar Telekom: Überbrückung der digitalen Kluft.

Internet-Schulungen in 150 Gemeinden.

Im Jahr 2010 zeigten Mitarbeiter der Magyar Telekom Menschen in 23 ländlichen Gemeinden Ungarns, wie das Internet ihr Leben vereinfachen kann – beispielsweise bei der Arbeitssuche oder um den Kontakt mit Familienmitgliedern im Ausland zu pflegen. Ein Teil dieser Schulungen wurden im Rahmen des „Digital Bridge Festivals“ veranstaltet, zu dessen Anlass zweitägige Kurse angeboten wurden.

Bereits seit 2004 trägt das Programm „Digital Bridge“ der ungarischen Landesgesellschaft Magyar Telekom dazu bei, die „digitale Grenze“ zwischen Großstädten und ländlichen Wohngebieten zu überbrücken. Menschen in Gemeinden mit weniger als 3 000 Einwohnern lernen in Schulungen das Internet kennen und erhalten somit die Möglichkeit, an der modernen Informationsgesellschaft teilzuhaben. Seit dem Projektstart erreichte Magyar Telekom mit dem Internet-Trainingsprogramm bereits 150 Gemeinden. 275 Konzernmitarbeiter waren an den Schulungen bislang beteiligt.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Vernetztes Leben > T-City

T-City.

Die Welt von morgen erlebbar machen – das ist das Ziel des T-City-Konzeptes der Telekom. Mittlerweile setzen wir dies an zwei Orten um: in der Stadt Friedrichshafen am Bodensee und in der Stadt Szolnok in Zentralungarn.

Hand in Hand mit Verwaltung, Wissenschaft und Wirtschaft verwirklichen wir in diesen Zukunftswerkstätten unsere Ideen für ein zukünftiges vernetztes Leben und Arbeiten. Wir greifen dabei die Anregungen der lokalen Initiativen, Vereine und Bürger auf, um gemeinsam nachhaltige und innovative Anwendungen für die wesentlichen Lebensbereiche zu entwickeln und zu verbessern.

T-City Friedrichshafen.

Seit dem Projektstart im Jahr 2007 wurden in der T-City Friedrichshafen rund 40 Projekte in folgenden sechs Themenfeldern umgesetzt:

- Lernen und Forschen
- Mobilität und Verkehr
- Tourismus und Kultur
- Bürger, Stadt und Staat
- Wirtschaft und Arbeit
- Gesundheit und Betreuung

Auf der [T-City-Internetseite](#) werden diese Themenfelder und die darin umgesetzten Projekte ausführlich vorgestellt. Seit der Überarbeitung im Oktober 2010 bietet die Internetpräsenz der T-City Friedrichshafen zudem neue interaktive Social-Media-Anwendungen, beispielsweise sind Neuigkeiten und Informationen aus der T-City über eine [Twitter-Box](#) in Echtzeit abrufbar.

"BIGkidscoach": Online-Plattform für eine gesündere Lebensweise.

In Deutschland gibt es immer mehr Kinder, die sich zu wenig bewegen und dadurch gesundheitliche wie motorische Defizite haben. Vor diesem Hintergrund wurde im Oktober 2010 in Friedrichshafen das neue T-City Projekt „BIGkidscoach“ gestartet. Kinder und Jugendliche im Alter von 6 bis 18 Jahren sollen durch verschiedene Online-Tools unter www.bigkidscoach.de zu mehr Bewegung und einer gesünderen Ernährung motiviert werden.

Die Internetplattform entstand in Kooperation mit der Krankenkasse [BIG direkt](#) und dem [Institut für Prävention und Nachsorge GmbH \(IPN\)](#). Kinder und Jugendliche können dort anhand eines Fitnesschecks ihr aktuelles Bewegungsverhalten analysieren. Darauf aufbauend wird ein individueller Trainingsplan entwickelt, bei dessen Umsetzung ein 3D-animierter Trainer die Kinder unterstützt. Auf einem Fitnessprofil werden die Fortschritte dokumentiert und grafisch ausgewertet. Ergänzend erhalten die Kinder Tipps für eine gesunde Ernährung. Auch Lehrer und Trainer können das breite Angebot an Tests und Übungen für ihre Arbeit mit Heranwachsenden nutzen.

Selbstbestimmt leben.

Ein selbstbestimmtes Leben bis ins hohe Alter: ein verständlicher Wunsch, der durch ICT in Zukunft leichter zu erfüllen sein wird. Unter dem Namen „Selbstbestimmtes Leben“ hat die T-City Friedrichshafen im Februar 2011 ein Projekt gestartet, in dem der Einsatz eines Touchscreen-Terminals zur Erleichterung des Alltags älterer Menschen erprobt wird. Mieter von 19 Wohneinheiten können von zu Hause aus auf eine Vielzahl an Serviceangeboten zugreifen. Über einen berührungsempfindlichen Bildschirm lassen sich beispielsweise Lebensmittel oder Medikamente bestellen – oder der Hausmeister rufen. Über ein Videotelefon stehen die Mieter außerdem in engem Kontakt mit ihren Nachbarn in den anderen Wohnungen. Zukünftig soll das Serviceangebot ausgeweitet werden, beispielsweise auf [Energiedienstleistungen und Anwendungen der Telemedizin](#).

T-City Szolnok.

Im Mai 2009 wurde mit Szolnok in Ungarn eine zweite Stadt zur T-City gekürt. Seither setzt die ungarische Landesgesellschaft Magyar Telekom in Kooperation mit der Kommunalverwaltung von Szolnok innovative Impulse.

Live-Übertragung von Sport- und Kulturevents.

Über vier IP-basierte Kameras werden Kultur- und Sportveranstaltungen in der Sportarena von Szolnok sowohl live im Internet übertragen als auch aufgezeichnet. Mit diesem ersten kulturellen T-City Projekt unterstützt Magyar Telekom auch die Sportler bei ihrem Training, da sie anhand der Aufzeichnungen Spielanalysen vornehmen können.

RFID-basiertes Zugangssystem für Schulen.

Seit Beginn des Schuljahres 2009 wird ein RFID (Radio Frequency Identification)-System an einer Grundschule in Szolnok getestet. Das System registriert über einen elektronischen Ausweis automatisch die Ankunft der Schüler sowie deren Verlassen des Schulgeländes. Eltern erhalten automatisch eine SMS, die sie über den Aufenthalt ihrer Kinder benachrichtigt oder können diese Information im Internet einsehen. Im Jahr 2010 wurde die Sicherheit des Systems weiter verbessert.

Supermarkt der Zukunft.

Eine Filiale der Supermarktkette Coop wurde als „Supermarkt der Zukunft“ ausgestattet. Kunden werden bei einem bewussten, bequemen und zeitgemäßen Einkauf durch verschiedene innovative Service-Tools unterstützt.

Stärkung der Medienkompetenz von Jung und Alt.

Um die digitale Kluft in der Gesellschaft zu verkleinern, bietet Magyar Telekom den Bewohnern von Szolnok zwei kostenlose Programme an. Hauptziel ist es, Kindern und älteren Menschen Informationstechnologien vorzustellen und sie im Umgang mit dem Internet zu schulen.

- Im Rahmen der „T-City Kids Trainings“ werden neue Handy- und Internet-Anwendungen vermittelt. Zudem wurden in drei der vier im Jahr 2010 abgehaltenen Schulungen Grund- und Sekundarschüler mit dem Thema Internetsicherheit vertraut gemacht. In den Räumlichkeiten von Magyar Telekom gab das Team der Blue Line Foundation Kindern Tipps und Anregungen zur sicheren Internetnutzung.

- Die „InternetAcademy“ wurde speziell für ältere Menschen eingerichtet. Diese werden mit den Grundlagen der sicheren Nutzung des Internets vertraut gemacht.

E-Health.

Für die Telekom ist der Gesundheitssektor ein strategisches Wachstumsfeld. Deshalb setzen wir uns in zahlreichen Pilotprojekten für den Aufbau einer modernen ICT-Infrastruktur im Gesundheitswesen ein. Ziel ist eine Vernetzung von Ärzten, Kliniken, Patienten und Krankenkassen, die zugleich höchsten Sicherheitsanforderungen entspricht. Dadurch tragen wir zu einer besseren medizinischen Versorgung bei und bieten insbesondere älteren und chronisch kranken Menschen eine wertvolle Unterstützung. Angesichts steigender Ausgaben im Gesundheitswesen sind innovative ICT-Lösungen auch ein wichtiges Instrument, um Kosten zu reduzieren.

Der Fokus unserer Strategie im Gesundheitswesen liegt auf der Entwicklung neuer auf Mobilfunk basierender Angebote. Diese können insbesondere körperlich eingeschränkten Patienten maßgeblich helfen, den Alltag zu bewältigen und eine lückenlose medizinische Betreuung sicherzustellen.

Nach erfolgreich getesteten Pilotprojekten sollen neue Mobilfunkangebote künftig noch schneller flächendeckend zum Einsatz kommen. Wir sprechen uns dabei für einen einheitlichen Standard beim Datenaustausch zwischen IT-Systemen im Gesundheitswesen aus: den „[Integrating the Healthcare Enterprise](#)“ (IHE) Standard. Die Basis für den Einsatz dieser neuen Lösungen bildet dabei ein [flächendeckendes Breitbandnetz](#).

☐ Internationales Gesundheitswesen als neues Wachstumsfeld.

In Zukunft wollen wir auch die Gesundheitsmärkte außerhalb Deutschlands erschließen. So hat beispielsweise die ungarische Landesgesellschaft Magyar Telekom im Berichtszeitraum mit dem Erwerb von ISH einen wichtigen Schritt gemacht, um ihre zukünftige Rolle im Gesundheitssektor zu stärken. ISH ist der lokale führende Anbieter von Krankenhaus-Software und Systemlösungen. Daneben hat Magyar Telekom auch im Endkundenbereich mit neuen Konzepten und Pilotprojekten in den Bereichen Fernüberwachung oder Patientenberatung Fortschritte erzielt. Darüber hinaus planen wir die Vermarktung von Lösungen aus Deutschland gemeinsam mit Partnern aus dem Ausland.

☐ Einsatz von Mobilfunk in der Telemedizin.

Smartphones oder Tablet-Computer werden zunehmend auch bei der Versorgung von Patienten in Kliniken eingesetzt. Auf der „[Medica 2010](#)“ in Düsseldorf, der weltweit größten Medizintechnikmesse, präsentierte die Telekom an einem eigenen Stand beispielsweise das Checkpad MED, eine Klinikapplikation für das iPad. Daten aus den verschiedenen Systemen eines Krankenhauses – zum Beispiel Röntgenbilder oder Laborergebnisse – werden im Computer zusammengeführt. Das ermöglicht schnellere und präzisere Diagnosen und entsprechende Behandlungen.

In der [T-City](#) erprobt die Telekom bereits heute verschiedene sogenannte Telemedizinlösungen in der Praxis.

- So zum Beispiel das [BodyTel-System](#): Es dient dem Telemonitoring von Blutzucker, Blutdruck und Gewicht. Patienten können mit der BodyTel-Lösung an jedem beliebigen Standort ihre Körperwerte messen, die dann automatisch dokumentiert und übertragen werden. Neben der damit einhergehenden Steigerung der Lebensqualität bei den Patienten sorgt diese Form der Heimdiagnostik in Arztpraxen und Krankenhäusern für mehr Effizienz.
- Ein weiteres Beispiel ist [derBUTLER](#), ein mobiles Notrufsystem mit innovativer Ortung.

☐ Deutsche Telekom Laboratories unterstützen „Smart Senior“.

Im Jahr 2035 wird aktuellen Berechnungen zufolge die Hälfte der Bevölkerung in Deutschland älter als 50 Jahre sein – und jeder Dritte älter als 60 Jahre. Diese Entwicklung stellt schon heute eine große Herausforderung dar: Es gilt, Lösungen zu schaffen, die den älteren Generationen möglichst lange ein selbstbestimmtes Leben ermöglichen. Dieses Ziel verfolgt die Initiative „[SmartSenior – Intelligente Dienste und Dienstleistungen für Senioren](#)“. Als einer von 28 Projektpartnern treibt die Deutsche Telekom dieses Forschungsprojekt des deutschen [Bundesministeriums für Bildung und Forschung \(BMBF\)](#) voran.

Hierfür entwickelten die „[Deutsche Telekom Laboratories](#)“ eine zentrale Kommunikationskomponente für den häuslichen Bereich. Sie vernetzt verschiedene technische Systeme wie Sensoren, Blutdruckmessgeräte oder Notrufeinrichtungen. Darüber können zum Beispiel Vitaldaten eines Patienten direkt zum Hausarzt geleitet oder der zuständige Pflegedienst automatisch benachrichtigt werden.

Zudem hat die Deutsche Telekom 2010 die vierte aktualisierte Auflage der Broschüre der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e.V. (BAGSO) „[Wegweiser durch die digitale Welt – Für ältere Bürgerinnen und Bürger](#)“ unterstützt. Finanziert wurde die Broschüre durch das

Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV). Sie zeigt, wie das Internet den Lebensalltag bereichern und erleichtern kann, klärt über Rechte auf und gibt nützliche Tipps und Hinweise.

© Deutsche Telekom, 2011

Mobilfunk und Gesundheit.

Elektromagnetische Felder (EMF) werden regelmäßig mit möglichen Umwelt- und Gesundheitsbeeinträchtigungen in Zusammenhang gebracht. Akzeptanzprobleme in der Öffentlichkeit gibt es dabei sowohl, was die Mobilfunkantennen angeht, als auch den Einsatz von Endgeräten. Unser Ziel ist es, die Unsicherheit in der Bevölkerung abzubauen – durch eine sachliche, wissenschaftlich fundierte und transparente Informationspolitik.

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

Angesichts ihrer raschen Weiterentwicklung löst die Mobilfunktechnik in der Bevölkerung aber immer wieder Unsicherheiten und Befürchtungen über mögliche Gesundheitsrisiken aus. Für die Telekom ist es deshalb selbstverständlich, den offenen Dialog mit allen am Netzausbau Beteiligten wie Kommunen, kritischen Initiativen, interessierten Bürgern und Kunden zu suchen und Fragen zur Mobilfunktechnik schnell und fundiert zu klären. Denn nur, wenn unsere Technologien breite Akzeptanz in der Bevölkerung finden, können wir erfolgreich wirtschaften und den Netzausbau konsequent vorantreiben. Dazu gehört auch, dass wir uns aktiv für eine Stärkung der Transparenz und für die finanzielle Förderung unabhängiger Forschung zum Mobilfunk einsetzen.

Alle Grundsätze zum verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit sind in der EMF-Policy der Deutschen Telekom festgeschrieben. EMF steht für „elektromagnetische Felder“ – die physikalische Basis des Mobilfunks. In unserer EMF-Policy verpflichten wir uns – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation und finanzieller Unterstützung unabhängiger Forschung zum Mobilfunk.

EMF-Policy: Richtlinie zu Mobilfunk und Gesundheit.

Im März 2004 hat die Telekom mit der EMF-Policy eine zentrale Richtlinie für den verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit verabschiedet. Sie enthält zehn Empfehlungen und ordnet diese folgenden vier zentralen Prinzipien zu, die unser Engagement in diesem Bereich leiten:

- Transparenz
- Information
- Partizipation
- Wissenschaftsförderung & Partnerschaft

Die EMF-Policy beinhaltet verbindliche Empfehlungen für die europäischen Mobilfunkgesellschaften der Telekom. Diese werden in Übereinstimmung mit den jeweiligen nationalen Gegebenheiten und gesellschaftlichen Bedürfnissen in den verschiedenen Märkten passend umgesetzt.

Auf einen Blick: Landesgesellschaften, die die EMF-Policy im Vorstand verabschiedet haben.

- T-Mobile Austria
- T-Hrvatski Telekom
- T-Mobile Czech Republic
- Telekom Deutschland GmbH
- Magyar Telekom
- T-Mobile Macedonia
- T-Mobile Netherlands
- PTC
- Cosmote Greece
- Slovak Telekom (geplant für 2011)
- Crnogorski Telekom (geplant für 2011)

Innerhalb des Berichtszeitraums wurde die EMF-Policy durch T-Mobile Macedonia unterzeichnet. Die für 2010 geplante Unterzeichnung durch die Slovak Telekom wurde wegen der Umstrukturierung der Landesgesellschaft auf das Jahr 2011 verschoben.

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

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

☑ Laufende Internationalisierung der EMF-Policy.

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

Basierend auf den vorherigen Evaluationen wurde 2010 ein Fortschrittsbericht erstellt. Daran anknüpfend wurden im März 2011 gemeinsam mit allen Mobilfunktochtergesellschaften einheitliche Mindestanforderungen definiert. 2011 werden mit den einzelnen Gesellschaften weiterhin Arbeitsfelder und Ziele bestimmt sowie mit ihnen Vereinbarungen getroffen, wie diese zu erfüllen sind.

☑ EMF Core Team arbeitet mit Best-Practice-Ansatz.

Eine Schlüsselrolle im Austausch zwischen Konzernzentrale und den Mobilfunkgesellschaften nimmt das sogenannte EMF Core Team ein. Dabei handelt es sich um eine konzerninterne, bereichsübergreifende Koordinierungsgruppe mit Mitgliedern aus allen Mobilfunkgesellschaften des Konzerns.

In regelmäßigen Meetings begleitet und koordiniert das EMF Core Team Strategieprozesse und Verbesserungsvorschläge zum verantwortungsvollen Umgang mit Mobilfunk und Gesundheit und unterstützt die nationale Umsetzung der EMF-Policy. Einführung der EMF-Policy erwies sich insbesondere der Best-Practice-Ansatz, Neuerungen zunächst in einer Landesgesellschaft zu erproben, um sie bei Erfolg auch in den übrigen einzuführen, als ein wirksames Mittel für die Umsetzung der Richtlinie.

Bei der Arbeit des EMF Core Teams steht die Vorstellung von Best-Practice-Beispielen im Mittelpunkt: Die Mobilfunkgesellschaften tauschen dabei ihre Erfahrungen aus und profitieren von der Vorgehensweise anderer Landesgesellschaften mit langjähriger Erfahrung im Umgang mit der gesellschaftlichen Mobilfunkdebatte. Unternehmen wie die Telekom Deutschland GmbH, die bereits 2001 umfassende Maßnahmenpakete im Rahmen der EMF-Policy umgesetzt hat, übernehmen hierbei eine besondere Unterstützerfunktion.

Profitieren konnte von diesem Best-Practice-Ansatz im Berichtszeitraum beispielsweise T-Mobile Macedonia, indem sie die EMF-Policy im Jahr 2010 implementierte. So wurde diese als offizielle Richtlinie von ihrem Vorstand im September 2010 verabschiedet. Außerdem wurden erste Empfehlungen umgesetzt, wie zum Beispiel Kooperationen mit Forschungseinrichtungen zur Durchführung von Messkampagnen. Hierfür ist eine Partnerschaft mit der Universität Skopje geplant.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Mobilfunk und Gesundheit > Transparenz

Transparenz.

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

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

In allen Mobilfunkgesellschaften der Telekom sind im Berichtszeitraum eine Reihe von Maßnahmen zur Förderung der Transparenz etabliert und weiter ausgebaut worden. Hierzu gehört vor allem die Durchführung von Messreihen zu den in der Realität auftretenden elektromagnetischen Feldern der Mobilfunkantennen. Die Messdaten werden nach Möglichkeit in öffentlich zugänglichen Datenbanken zur Verfügung gestellt. Mit diesem Engagement leistet die Telekom einen wichtigen Beitrag zur Versachlichung der öffentlichen Diskussion über Mobilfunk und Gesundheit.

▾ Gründung von Arbeitsgruppen in der EJR Mazedonien und in Rumänien.

Zur Verbesserung des EMF-Risikomanagements haben Cosmote Romania und T-Mobile Macedonia funktionsübergreifende interne Arbeitsgruppen eingerichtet.

Die interne Arbeitsgruppe von T-Mobile Macedonia – bestehend aus Mitarbeitern der Bereiche Technology und Recht sowie der Konzernkommunikation – nahm im zweiten Quartal 2010 ihre Arbeit auf. Zu ihren Querschnittsfunktionen im Bereich Mobilfunk und Gesundheit gehören beispielsweise die Bearbeitung von Kundenanfragen, die interne Koordinierung des Themas sowie die Schulung und Sensibilisierung der Mitarbeiter.

Bei Cosmote Romania setzt sich die 2010 gegründete Arbeitsgruppe aus Mitarbeitern der Bereiche Regulierung, Corporate Affairs, Recht und Netzausbau zusammen. Zu den Aufgaben der Arbeitsgruppe gehören unter anderem das Risikomanagement bezüglich Mobilfunk und Gesundheit sowie die Bearbeitung von Kundenanfragen.

▾ Messkampagne zu LTE in Deutschland.

In Deutschland hat das durch die Netzbetreiber finanzierte [Informationszentrum Mobilfunk \(IZMF\)](#) parallel zur Einführung des neuen [Mobilfunkstandards LTE](#) eine Pilotstudie zur Messung von EMF in der Umgebung von LTE-Sendeanlagen in Deutschland durchführen lassen. Dafür beauftragte das IZMF das anerkannte Institut für Mobil- und Satellitenfunktechnik (IMST). Die Ergebnisse der Studie mit dem Titel [„Abschätzung der Exposition der Bevölkerung durch LTE-Sendeanlagen“](#) stellte das IZMF im November 2010 der Öffentlichkeit vor.

Die Messergebnisse zeigen deutlich, dass auch durch den zusätzlichen Ausbau von LTE die zulässige elektromagnetische Feldstärke in der Regel nur zu einem Bruchteil ausgeschöpft wird. Die Einhaltung der Grenzwerte ist bei einer LTE-Standortweiterung also in jedem Fall gesichert.

Download der Broschüre [„Abschätzung der Exposition der Bevölkerung durch LTE-Sendeanlagen“](#).

▾ EMF-Monitoring in Griechenland und Rumänien.


Cosmote Greece baut ihr Messsystem [pedion24](#) kontinuierlich weiter aus. So konnten 2010 an 165 ausgewählten Orten in allen Regionen Griechenlands 24-Stunden-Messungen vorgenommen werden. Dieses Monitoring hat Cosmote Greece durch eigene Messungen und durch solche beauftragter Universitäten ergänzt. Alle Messergebnisse sind für die Öffentlichkeit via Internet auf dem Portal [pedion24](#) einsehbar.

Cosmote Romania arbeitet an der Entwicklung eines vergleichbaren, aus über 100 Standorten bestehenden EMF-Monitoringsystems. Der Aufbau erfolgt in Kooperation mit dem Nationalen Institut für öffentliche Gesundheit und der Regulierungsbehörde für Telekommunikation.

▾ Weitere EMF-Messaktivitäten in den Mobilfunkgesellschaften.

Im Berichtszeitraum führten Crnogorski Telekom und T-Mobile Macedonia in Zusammenarbeit mit anerkannten Forschungseinrichtungen Messungen zu elektromagnetischen Feldern durch.

Auch T-Hrvatski Telekom in Kroatien nahm im Jahr 2010 Messungen vor: In Kooperation mit dem Gesundheitsministerium wurden an rund 170 Standorten die tatsächlich vorhandenen elektromagnetischen Felder gemessen. So konnte T-Hrvatski Telekom einen Beitrag zur Transparenz und zur Aufklärung der Öffentlichkeit über die vorhandenen elektromagnetischen Felder leisten.

 Einheitliches Berechnungsverfahren für die Grenzwerteinhaltung in der Tschechischen Republik.

In Zusammenarbeit mit den anderen Netzbetreibern und der County Hygienic Station harmonisierte T-Mobile Czech Republic im Jahr 2010 das nationale Berechnungsverfahren für die Einhaltung der Grenzwerte. Durch die Schaffung einheitlicher Vorgehensweisen tragen die tschechischen Netzbetreiber so dazu bei, die Transparenz hinsichtlich der Einhaltung der ICNIRP-Grenzwerte bei Mobilfunkantennen zu erhöhen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Mobilfunk und Gesundheit > Information

Information.

Das Bereitstellen von Informationen zu Technik und Gesundheitsforschung ist Gegenstand des zweiten Grundsatzes der EMF-Policy der Telekom:

- Die Mobilfunkgesellschaften der Telekom sind aufgefordert, für eine offene Informationspolitik gegenüber der Öffentlichkeit zu sorgen. Hierzu gehören die konstruktive Zusammenarbeit mit Vertretern aller Interessengruppen, der offene Dialog zwischen Behörden und Mobilfunkindustrie und die Unterstützung der Behörden bei der Entwicklung eigener Programme zur Information der Öffentlichkeit.
- Zur Information der Verbraucher sollen verständliche Produktinformationen bereitgestellt werden: Angaben der Hersteller zu den Strahlungswerten der durch uns angebotenen Endgeräte sind auf den Webseiten der Gesellschaften und in den Verkaufsstellen erhältlich.

Besonders wichtig ist uns, verständliche Verbraucherinformationen zu Mobilfunk und Gesundheit zur Verfügung zu stellen. Dies ist fester Bestandteil der EMF-Policy. Durch ein umfassendes Angebot an Broschüren, Informationsmaterialien in den Verkaufsshops, im Internet sowie Kontaktmöglichkeiten via E-Mail oder Hotline verfolgt die Telekom eine aktive Kommunikation zu Mobilfunk und Gesundheit in Deutschland sowie in allen weiteren Mobilfunkmärkten.

Im Berichtszeitraum starteten mehrere Mobilfunkgesellschaften der Telekom unterschiedliche Informationsinitiativen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit. Eine aktive Informationspolitik zu Fragen der Technik, Sicherheit, Forschung und Gesundheit trägt dazu bei, die gesellschaftliche Diskussion in diesem Bereich offen und sachlich zu führen. Einen wichtigen Beitrag hierzu leisten wir auch über die Sensibilisierung unserer Mitarbeiter für die Thematik „Mobilfunk und Gesundheit“.

☑ Gemeinsame Kommunikationsinitiativen der Netzbetreiber.

In zahlreichen Ländern sind die Mobilfunkgesellschaften der Telekom aktive Mitglieder in nationalen Initiativen zum Dialog mit Stakeholdern, mit dem Ziel, die öffentliche Akzeptanz des Mobilfunks zu verbessern. Diese gemeinsamen Initiativen der Netzbetreiber dienen beispielsweise als zentrale Ansprechpartner für Bürger, Medien sowie öffentliche und private Institutionen zum Thema Mobilfunk. Sie engagieren sich für Transparenz in allen Belangen des Mobilfunks, insbesondere in Fragen des Gesundheits- und Verbraucherschutzes, des Netzausbaus und des Umgangs mit Standortkonflikten.

☑ Informationsinitiativen in der EJR Mazedonien und in Bulgarien.

Im November 2010 gründete T-Mobile Macedonia gemeinsam mit den anderen Mobilfunkanbietern eine Informationsinitiative zu Mobilfunk und Gesundheit. Das Ziel dieser Initiative ist die Förderung einer einheitlichen Kommunikationsplattform zu EMF. Zu den zentralen Aufgaben der Initiative gehören weiterhin verschiedene Aufklärungsmaßnahmen zu EMF sowie EMF-Messkampagnen. Auch unsere bulgarische Mobilfunktochter Globul verfolgt mit den anderen bulgarischen Netzbetreibern einen gemeinsamen EMF-Kommunikationsansatz: Mithilfe einer Vereinbarung mit den übrigen Betreibern konnte Globul 2010 seine Informationsmaßnahmen über Technik, Sicherheit und Forschung so weiter ausbauen.

☑ Erfolgreiche Informationsplattform zu Mobilfunk und Gesundheit in der Tschechischen Republik.

In Kooperation mit allen Netzbetreibern gründete T-Mobile Czech Republic Anfang 2007 eine Betreibervereinigung zur verstärkten Aufklärung zu Mobilfunk und Gesundheit. Gemeinsam entwickelten sie die Internetplattform www.zdraviamobil.cz, die Ende 2010 online ging. Ziel der Initiative ist es, umfassend als Mobilfunkindustrie über EMF mittels Internetinformationen, Broschüren und Dialogveranstaltungen zu informieren. Durch wissenschaftsbasierte Aufbereitung der Fakten zu Forschung und Sicherheit der Mobilfunktechnik konnten so die öffentliche Mobilfunkdiskussion weiter versachlicht und Verunsicherungen in der Bevölkerung verkleinert werden.

☑ Verbesserte Verbraucherinformationen in Deutschland.

Direkter Draht: Experten beantworten Fragen zu EMF.

Durch die Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber im Jahr 2001 sowie bei deren Fortschreibung im Jahr 2008 bekannte sich die Telekom Deutschland neben vielen weiteren Maßnahmen zur Verbesserung der Verbraucherinformationen:

Neben dem kontinuierlichen Ausbau der Verfügbarkeit von Informationen zu SAR-Werten in Verkaufsshops und Internet gehören hierzu auch zielgruppenorientierte Informationsmaterialien sowie umfassende Informationsangebote im Internet. So hat die Telekom Deutschland 2010 alle Broschüren und Flyer zu Mobilfunk und Gesundheit systematisch überarbeitet und auf die Bedürfnisse und

Informationswünsche von Handynutzern und interessierten Bürgern abgestimmt. Durch allgemeinverständlich aufbereitete Broschüren für den sicheren Umgang mit dem Handy, DECT-Telefonen und WLAN sowie spezielle Faktenblätter zur Netztechnik, Sicherheitskonzepten und Forschung für die Zielgruppe Kommunen informiert die Telekom umfassend zu allen Aspekten der Thematik.

Download Broschüre „ [Informationen zum Umgang mit DECT und WLAN](#) “

Download Broschüre „ [Informationen zum Umgang mit dem Handy](#) “

Download Faktenblätter „ [Mobilfunk und Gesundheit](#) “

Zusätzlich zu den Print- und Internetinformationen bietet die Telekom Fragestellern persönliche Beratungsgespräche mit internen Experten zu Mobilfunk und Gesundheit an. Dazu hat die Telekom 2010 die internen Prozesse im Kundenservice überarbeitet. So können sich Kunden mit EMF-spezifischen Fragen nun direkt zur internen Fachabteilung in der Technik weiterleiten und kompetent beraten lassen.

Ergänzend zu den Informationsangeboten der Telekom wurden 2010 zahlreiche Maßnahmen durch das [Informationszentrum für Mobilfunk \(IZMF\)](#) umgesetzt. Dazu zählen Aufklärungsmaßnahmen für Kommunen, Ärzte oder auch Schulen. Das Zentrum wird, neben der Telekom Deutschland, von zweien der drei weiteren Mobilfunkbetreiber finanziell und fachlich unterstützt.

☑ Neue Kommunikationsstrategie bei Cosmote Romania.

Wie die übrigen Mobilfunklandesgesellschaften betreibt Cosmote Romania ein Kommunikationsangebot zu Mobilfunk und Gesundheit, das verschiedenste Informationskanäle einbezieht. So entwickelte Cosmote Romania Internetinformationsangebote für die breite Öffentlichkeit und Broschüren für spezifische Zielgruppen wie Kommunen und regionale Behörden.

☑ Umfassende Internetinformationen in vielen Telekom Mobilfunklandesgesellschaften.

Viele Landesgesellschaften stellen im Internet Informationsmaterial zum Themenbereich Mobilfunk und Gesundheit in der jeweiligen Landessprache zur Verfügung. So informiert seit 2010 auch unsere albanische Landesgesellschaft AMC auf ihren [Unternehmensseiten](#) über Mobilfunktechnik und Sicherheitsstandards. In Ungarn betreibt Magyar Telekom seit 2006 zusammen mit den anderen Netzbetreibern ein Informationsportal zu Mobilfunk und Gesundheit (www.emf-portal.hu). Ziel ist auch hier, sachlich und transparent über alle Aspekte der Mobilfunkthematik zu informieren und aufzuklären.

Mobilfunkgesellschaft	Angebote im Internet zum Thema Mobilfunk und Gesundheit
Deutsche Telekom Konzern	http://www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/872760
Telekom Deutschland	www.telekom.de/sar-werte
T-Mobile Austria	www.t-mobile.at/unternehmen/daten_fakten/gesundheit/index.html
T-Mobile Netherlands	www.t-mobile.nl/Corporate/htdocs/page/en/home/about_t-mobile/corporate_responsibility/health.aspx
T-Hrvatski Telekom	www.t.ht.hr/eng/responsibility/environmentalprotection-radiation.asp
Cosmote Greece	www.cosmote.gr/cosmoportal/page/T07/xml/Company_article_article_epipeda_aktinobliias/section/EnvironmentalPrograms/loc/en_US
Magyar Telekom:	www.telekom.hu/society_andenvironment/society/health_and_safety
Cosmote Romania	www.cosmote.ro/en/environment.aspx?style=styles&ns=-10002&cid=20072
AMC	http://www.amc.al/Default.aspx?id=337&nt=18&lang=1
T-Mobile Macedonia	www.t-mobile.com.mk/public/?id=4199DB58-7A96-4EE8-A5F5-A239613069C7

☑ Mitarbeiterschulung zu Sicherheit und Forschung.

Mitarbeiter der Telekom sind wichtige „Botschafter“ nach außen. Sie helfen mit, das Wissen zu Mobilfunk und Gesundheit in der Öffentlichkeit zu erhöhen und dadurch die Akzeptanz für die Mobilfunktechnik zu fördern.

Interne Schulungen der Landesgesellschaften.

In den Mobilfunklandesgesellschaften wurden im Berichtszeitraum verschiedenste interne Schulungsprogramme umgesetzt: Cosmote Greece schulte mehr als 50 Mitarbeiter zu Gesundheits- und Sicherheitsaspekten. Cosmote Romania publizierte Beiträge in Mitarbeiter-Newslettern und weiteren internen Medien sowie Intranetinfos. Magyar Telekom, Ungarn, bot zwei konzerninterne Trainings zu Mobilfunk und Gesundheit an, und T-Mobile USA informierte intern über rechtliche Fragen sowie wissenschaftliche Befunde rund um das Thema Mobilfunk und Gesundheit.

Training für Shop-Mitarbeiter in Deutschland.

Im Rahmen der [Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber](#) hat sich die Telekom Deutschland verpflichtet, die Bevölkerung über die Bedeutung der SAR-Werte verstärkt aufzuklären.

Zur Steigerung der Qualität der entsprechenden Maßnahmen sagte die Telekom Deutschland der deutschen Bundesregierung im Rahmen der Selbstverpflichtung zu, den Wissensstand ihrer Shop-Mitarbeiter zum Thema SAR zu überprüfen. Hierfür sollten mindestens 5 Prozent der eigenen Verkaufsshops evaluiert werden. Nach einer ersten Prüfung im Jahr 2009 wurden im November 2010 erneut bundesweite Befragungen in fast 10 Prozent aller Telekom Shops durchgeführt. Zusätzliche Prüfungsthemen waren neben Wissen über den SAR-Wert auch die Verfügbarkeit der Informationsmaterialien zu Mobilfunk und Gesundheit sowie die Umsetzung der Maßnahmen zur Handyrücknahme.

Die Ergebnisse zeigen, dass sich das Wissen der Shop-Mitarbeiter über Mobilfunk und Gesundheit stetig verbessert. Allerdings weisen die Resultate auch darauf hin, dass weitere Maßnahmen notwendig sind, um das erforderliche Qualitätsniveau zu erreichen. So erhöhte die Telekom Deutschland die Verfügbarkeit der Broschüren zu Mobilfunk und Gesundheit in den Shops. Ferner wurde auch das Personal über die EMF-Thematik und die Verwendung der Broschüre als Kommunikationsinstrument weiter sensibilisiert und geschult.

T-Hrvatski Telekom setzt umfassende interne Trainings zu EMF um.

Im Rahmen der Integration der Mobilfunksparte T-Mobile Croatia in die T-Hrvatski Telekom wurden interne Schulungen zum Thema EMF durchgeführt. Rund 550 Mitarbeiter nahmen im Jahr 2010 an Präsenzseminaren sowie weitere 1 250 Mitarbeiter an verpflichtenden Online-Schulungen teil. Zur schnelleren Bearbeitung externer Anfragen zu EMF stellte T-Hrvatski Telekom im Jahr 2010 zusätzliche personelle Ressourcen zur Verfügung.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Mobilfunk und Gesundheit > Partizipation

Partizipation.

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

- Zur Beantwortung von Anfragen aus der Bevölkerung zu den Themen Netzentwicklung und Standortwahl für Mobilfunkantennen sind unsere Mobilfunkgesellschaften gehalten, eng mit kommunalen Behörden zusammenzuarbeiten und diese mit Fachwissen zu unterstützen.
- Bei der Standortsuche für Mobilfunkantennen sollen in Konfliktfällen möglichst einvernehmliche Lösungen mit den Kommunen gesucht werden. Förderlich hierfür ist die Schaffung von Ansprechpartnern, die kontinuierliche Beziehungen mit den regionalen Akteuren pflegen. So können Konflikte oder offene Fragen schnell, fundiert und unkompliziert adressiert werden.
- Eingriffe in die Landschaft und ins Stadtbild wollen wir so gering wie möglich halten. Angeraten ist daher, bei der Standortwahl optische Beeinträchtigungen durch Mobilfunkantennen möglichst zu vermeiden.

Entsprechende Maßnahmen zur Förderung der Partizipation haben die Landesgesellschaften schon seit mehreren Jahren umgesetzt. In Deutschland basiert dieses Engagement insbesondere auf der [Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber](#), die die Telekom Deutschland unterzeichnet hat.

Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber in Deutschland.

2001 hat die Telekom Deutschland zusammen mit den anderen deutschen Mobilfunkbetreibern der deutschen Bundesregierung im Rahmen der [Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber](#) eine Reihe von Maßnahmen zugesagt. Im Jahr 2008 haben die deutschen Mobilfunkbetreiber diese Selbstverpflichtung nochmals bekräftigt und weitere Maßnahmen angekündigt. Die Telekom Deutschland übernimmt damit die Verantwortung für die Einbeziehung und Information der Kommunen bei der Standortfindung, für verbesserte Verbraucherinformationen, insbesondere im Hinblick auf den Gebrauch von Handys und für die finanzielle Unterstützung der Mobilfunkforschung der Bundesregierung.

Zentraler Bestandteil der Selbstverpflichtung ist die regelmäßige unabhängige Prüfung der zugesagten Maßnahmen durch ein Gutachterkonsortium, das aus Vertretern des Deutschen Instituts für Urbanistik und der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen besteht. Die Ergebnisse der Überprüfung werden alle zwei Jahre in einem unabhängigen Gutachten zusammengestellt und der Bundesregierung überreicht. Nach dem Empfang des Jahresgutachtens 2009 im September 2010 durch die Regierung begrüßten die beteiligten Ministerien und das Kanzleramt die erfolgreiche Umsetzung der Selbstverpflichtung. Betont wurde indes die Notwendigkeit, die Themen Sicherheit, Verbraucher-, Umwelt- und Gesundheitsschutz auch in Zukunft ernst zu nehmen, beispielsweise bei der Einführung des neuen [Long Term Evolution \(LTE\)-Standards](#).

Die Telekom Deutschland sieht sich aufgrund des Gutachtens in ihrem Engagement für einen verantwortungsvollen Umgang mit Mobilfunk und Gesundheit bestätigt: Die umgesetzten Maßnahmen haben sich in den letzten Jahren positiv auf die gesellschaftliche Mobilfunkdiskussion ausgewirkt. Dies kommt dem aktuellen Aus- und weiteren Aufbau des Mobilfunknetzes der Telekom Deutschland zugute.

Dialog zum LTE-Aufbau in Deutschland verstärkt.

Die Einführung neuer Technologien kann Verunsicherung oder Ängste in der Bevölkerung auslösen – insbesondere, wenn die Menschen nicht rechtzeitig und ausreichend informiert oder eingebunden werden. Deshalb sind bei der Einführung der neuen [LTE-Infrastruktur](#) der frühzeitige Dialog und die Kooperation mit den Kommunen sowie die vertrauensvolle Kommunikation mit den Bürgern besonders wichtig.

Veranstaltungen wie zum Beispiel die Jahrestagung des Deutschen Landkreistags nutzt die Telekom Deutschland gezielt, um sich kritischen Fragen kommunaler Entscheidungsträger zu stellen und Lösungen sowie Einbindungsmöglichkeiten aufzuzeigen. Generell spielt der regelmäßige Austausch mit Vertretern der Kommunalen Spitzenverbände eine wichtige Rolle: Die Telekom Deutschland nutzt darum diverse Anlässe, um Gespräche mit Vertretern des Deutschen Städtetags, des Deutschen Städte- und Gemeindebunds und des Deutschen Landkreistags zu führen, so zum Beispiel im März 2010 anlässlich der CeBIT in Hannover. Im Zentrum des Dialogs mit den Verbänden standen der neue Mobilfunkstandard LTE und der Aufbau der LTE-Infrastruktur.

☑ Aktiver Dialog zum LTE-Ausbau in Österreich.

Eine ähnliche Dialogstrategie verfolgt T-Mobile Austria im Rahmen des LTE-Aufbaus in Österreich. So fanden erste Meetings mit der Stadt Wien zur Klärung offener Fragen 2010 statt. Für 2011 ist außerdem eine österreichweite „LTE-Informations-Roadshow“ geplant.

☑ Forschungsdialog mit Behörden und NGOs in Deutschland.

Der ursprünglich im Rahmen des Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramms (DMF), initiierte und bis 2009 stattfindende „Runde Tisch zum Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramm“, besteht auch zukünftig unter dem Namen „Runder Tisch Elektromagnetische Felder (RTEMF)“ fort. Dies wurde mit dem Bundesamt für Strahlenschutz, anlässlich der Überprüfung des Umsetzungsstands der Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber im Jahr 2008 vereinbart.

Im September 2010 fand die zweite Sitzung des RTEMF statt. Zu ihr waren Gesundheits-, Umwelt- und Verbraucherschutzexperten sowie Wissenschaftler geladen. Eine EMF-Expertin der Telekom Deutschland nahm ebenfalls teil. Im Zentrum der Diskussion standen Fragen zur künftigen Entwicklung der Mobilfunktechnologie und zu möglichen gesundheitlichen Wirkungen des neuen Mobilfunkstandards LTE.

☑ Vertretung in EU-Expertengruppe.

Ein Vertreter der Telekom ist seit März 2011 berufenes Mitglied in der neu eingesetzten „Stakeholder Dialogue Group on Electromagnetic Fields“ der Europäischen Kommission. Das Gremium wurde eingesetzt, um Lösungen im Umgang mit EMF und den damit assoziierten gesundheitlichen Risiken zu erarbeiten und sich mit der öffentlichen Meinungsbildung zu befassen. Die Expertengruppe ist mit anerkannten internationalen Persönlichkeiten aus Wissenschaft, NGOs, Politik, Regulierungsbehörden und Wirtschaft besetzt.

Der Repräsentant der Telekom ist unter diesen der einzige Vertreter der Mobilfunkbetreiber. Die Arbeit der Expertengruppe wird auch für die Öffentlichkeit transparent nachvollziehbar sein: Die Profile der Mitglieder des Gremiums sowie dessen Diskussionsthemen und Ergebnisse werden auf dem Webportal der Kommission veröffentlicht.

☑ Aktive Mitgestaltung des GSMA Europe Members' EMF Forum.

Neben dem konzerninternen Austausch stellt gerade der Dialog mit anderen Netzbetreibern eine wichtige Quelle für Verbesserungsansätze im Umgang mit Fragen rund um das Thema Mobilfunk und Gesundheit dar. Seit vielen Jahren ist die Telekom deshalb sowohl im weltweiten Branchenverband GSMA als auch in deren europäischer Organisation GSMA Europe aktiv. So beteiligten sich die Mobilfunklandesgesellschaften der Telekom auch an dem im Oktober 2010 durchgeführten „GSMA Europe Members' EMF Forum“ mit mehreren Beiträgen. Das Forum bot allen Teilnehmern die Möglichkeit, Erfahrungen und Best-Practice zu Dialog- und Partizipationsverfahren sowie Informationsmaßnahmen auszutauschen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Mobilfunk und Gesundheit > Wissenschaftsförderung & Partnerschaft

Wissenschaftsförderung & Partnerschaft.

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

Angesichts neuer Technologieentwicklungen gilt es jedoch, das Wissen über die Wirkung des Mobilfunks stetig zu vervollständigen. In der [EMF-Policy](#) haben wir darum das Prinzip der Wissenschaftsförderung und Partnerschaft verankert und zwei Empfehlungen für den Umgang mit Wissenschaft und Forschung entwickelt:

- Als führender Mobilfunknetzbetreiber ist die Telekom gehalten, die wissenschaftliche Erforschung der Auswirkungen elektromagnetischer Felder auf die Gesundheit zu fördern und unabhängige Forschungsprogramme zu unterstützen.
- Die Festlegung von Grenzwerten für elektromagnetische Felder muss auf gesicherten Forschungsergebnissen beruhen und ständig überprüft werden. Die Telekom beruft sich nicht nur auf externe Expertise sondern nimmt auch eine eigene Bewertung der aktuellen Forschungsergebnisse vor.

☑ Forschungsförderung und Wissenstransfer in Deutschland.

Ende 2009 löste sich die deutsche „Forschungsgemeinschaft Funk e.V.“ (FGF) auf eigenen Beschluss auf. Seitdem fehlt in der deutschen Wissenschaftslandschaft eine Plattform, die den Austausch und Wissenstransfer zwischen nationalen und internationalen Forschern im Hinblick auf die EMF-Thematik ermöglicht. Um die entstandene Lücke zu schließen, unterstützte die Telekom im Jahr 2010 die Gründung des neuen „[Wissenschaftsforums EME](#)“. Träger des „Wissenschaftsforum EME“ ist das Institut für [Technikfolgenabschätzung und Systemanalyse \(ITAS\)](#) des Karlsruher Instituts für Technologie (KIT), einem Mitglied der Helmholtz Gemeinschaft Deutscher Forschungszentren.

Das Forum wird durch einen Beirat international anerkannter Forscher aus den Bereichen Biologie, Elektrotechnik, Kommunikation und Gesundheitswesen beraten. Sein Ziel ist es, die Forschungskompetenz im Bereich Mobilfunk und Gesundheit zu erhalten sowie der Fachöffentlichkeit umfassende und klare Informationen zum aktuellen Forschungsstand zur Verfügung zu stellen. Im Einzelnen hat das Forum folgende Aufgaben:

- Förderung des wissenschaftlichen Dialogs über aktuelle Themen der EMF-Forschung
- Erfassen der verschiedenen für die Risikobewertung der Wirkung elektromagnetischer Felder relevanten Perspektiven
- Abklären möglicher Beiträge der Wissenschaft zur Lösung der gesellschaftlichen Kontroverse rund um Mobilfunk und Gesundheit
- Gewährleistung der Qualität und Integrität der Forschung und einer verständlichen Kommunikation über Mobilfunk und Gesundheit

Nach der Einführungsveranstaltung am 11. April 2011 wird das Forum mehrere Fach-Workshops mit nationalen und internationalen Wissenschaftlern zu diesen Themen und Zielen veranstalten. Die Teilnahme steht allen Stakeholdern, zum Beispiel aus Wissenschaft, Politik, NGOs, Bürgerinitiativen und Wirtschaft, offen. Alle Arbeiten und Ergebnisse des Forums werden offen kommuniziert und der Öffentlichkeit zur Verfügung gestellt.

☑ Förderung unabhängiger Forschung.

Unterstützung für Projekte der deutschen Bundesregierung im Bereich Mobilfunk und Gesundheit.

Die Telekom Deutschland unterstützt Projekte des Umweltforschungsplans der deutschen Bundesregierung im Bereich Mobilfunk und Gesundheit zusammen mit den anderen deutschen Netzbetreibern mit 1 Million Euro. Im Zeitraum von 2008 bis 2012 werden im Rahmen des Programms mehrere Projekte renommierter Forschungsgruppen realisiert, wobei der Themenschwerpunkt auf Langzeitwirkungen der Nutzung des Mobilfunks liegt. Insbesondere soll eine möglicherweise größere Sensitivität von Kindern gegenüber elektromagnetischen Feldern im Mobilfunk untersucht werden. Dieses Engagement ist Teil der [freiwilligen Selbstverpflichtung der deutschen Mobilfunkbetreiber](#) gegenüber der Bundesregierung. Hierzu zählte im Übrigen auch die finanzielle Förderung des [Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramm](#) durch die Telekom zwischen 2001 und 2008.

Mobi-Kids-Studie.

Forscher der Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München untersuchen mögliche Zusammenhänge zwischen der Häufigkeit der Handynutzung und dem Auftreten von Tumoren bei jungen Menschen. Unter

Beachtung der geltenden Datenschutzbestimmungen stellt die Telekom Deutschland den Forschern dazu alle notwendigen Daten zur Häufigkeit der Telefonnutzung der Studienteilnehmer bereit. So können mögliche Erkrankungen in Beziehung zur realen Handynutzung gesetzt werden. Dies ermöglicht eine bessere Forschungsmethodik und führt zu verlässlicheren Ergebnissen.

▼ Datenbank für Studien zur EMF-Wirkung.

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

Das FEMU sammelt alle veröffentlichten wissenschaftlichen Studien zum Thema Mobilfunk und Gesundheit und stellt diese der Öffentlichkeit zur Verfügung. Via Internet können Interessierte unentgeltlich unter www.emf-portal.de auf das EMF-Portal zugreifen. Die Datenbank umfasst inzwischen über 14 000 Beiträge und hat sich in den vergangenen Jahren als zuverlässige Quelle für wissenschaftliche Studien zu Mobilfunk und Gesundheit national und international etabliert. So empfiehlt die Weltgesundheitsorganisation (WHO) das EMF-Portal als umfassende und wertvolle Informationsquelle.

▼ Forschungen zur neuen Mobilfunktechnologie LTE.

Mit der neuen Mobilfunktechnologie LTE stellen sich auch neue Fragen, zum Beispiel, wie sich LTE mit anderen technischen Systemen verträgt. Um sie zu beantworten, veranlasste die Telekom frühzeitig Untersuchungen der neuen Technologie durch das Institut für Mobil- und Satellitenfunktechnik (IMST). Gegenstand der Forschungen sind die Wechselwirkungen zwischen LTE und anderen Techniken im gleichen Frequenzbereich wie etwa drahtlose Mikrofonanlagen.

▼ Messtechnische Forschung bei Magyar Telekom.

Magyar Telekom leistet finanzielle Unterstützung messtechnischer Forschungsprojekte am staatlichen Forschungsinstitut für Strahlenbiologie und Strahlenhygiene. Deren Ziel ist es, die vorhandenen EMF-Monitoringsysteme zur Erfassung der elektromagnetischen Felder in Wohnhäusern kontinuierlich zu verbessern.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Bildungsengagement

Bildungsengagement.

Bildung ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für Innovation. Sie trägt maßgeblich zum Fortschritt in Gesellschaft und Wirtschaft bei. Als Technologie- und Innovationsunternehmen ist auch die Telekom auf qualifizierten Nachwuchs angewiesen. Daher sehen wir die Förderung junger Talente als einen Schlüssel für unseren langfristigen Erfolg.

Über die Unternehmensgrenzen hinaus setzen wir uns mit großem Engagement für den Kompetenzerwerb der kommenden Generationen ein:

- Wesentlicher Baustein unseres Bildungsengagements in Deutschland ist seit vielen Jahren die Deutsche Telekom Stiftung, die zu den größten Unternehmensstiftungen des Landes gehört.
- Im Rahmen des Talentmanagements fördern wir verstärkt MINT-Initiativen und benachteiligte Jugendliche.
- Beim Thema Aus- und Weiterbildung setzen wir auf Hochschulkooperationen, Stipendien und die Vergabe von Förderpreisen.
- Auf internationaler Ebene fördern wir die heranwachsenden Generationen im Rahmen verschiedener Kooperationen, durch die Vergabe von Stipendien und in Wettbewerben.
- Unsere Mitarbeiter unterstützen darüber hinaus im persönlichen Einsatz Kinder und Jugendliche bei der Entwicklung ihrer Fähigkeiten und beim Erwerb von Wissen.

☑ Cosmote weitet Stipendienprogramm aus.

Seit 2010 unterstützen alle Cosmote Landesgesellschaften junge Menschen beim Studieneinstieg.

Seit mittlerweile neun Jahren unterstützt Cosmote Greece in Griechenland den Studieneinstieg junger Menschen mit einem Stipendienprogramm: Jährlich erhalten zehn Studenten eine finanzielle Unterstützung von jeweils 15 000 Euro für ihr erstes Studienjahr und ein Laptop mit kostenlosem Internetzugang. Im Jahr 2010 konnten sich die interessierten Schulabgänger erstmals über eine Online-Plattform bewerben. Diese Vereinfachung des Bewerbungsverfahrens hatte großen Erfolg: Im Vergleich zum Vorjahr konnte die Bewerberzahl um 45 Prozent gesteigert werden.

Cosmote Romania vergab im Jahr 2010 erstmalig Stipendien an fünf rumänische Studenten. Damit wurde die Ausweitung des Stipendienprogramms auf alle Cosmote Landesgesellschaften erfolgreich abgeschlossen: Die Landesgesellschaft AMC fördert in Albanien bereits seit 2002 jährlich zehn Studenten und ermöglicht ihnen nach Abschluss ihres Studiums ein Praktikum im Unternehmen. Die bulgarische Landesgesellschaft Globul führte 2006 ein lokales Stipendienprogramm ein. Es bietet den Studenten die Möglichkeit, praktische Erfahrungen im Unternehmensumfeld zu sammeln, ihre Fachkenntnisse zu erweitern und sich darüber für einen möglichen Job im Unternehmen zu empfehlen.

<http://www.youtube.com/v/pDMuSYeH7PU>
(nur in Griechisch verfügbar)

☑ Förderung künftiger Elektroingenieure in Kroatien fortgesetzt.

Die kroatische Landesgesellschaft T-Hrvatski Telekom fördert jährlich die besten angehenden Elektroingenieure des Landes in ihrem letzten Studienjahr. 2010 erhielten insgesamt elf Studenten von drei kroatischen Universitäten ein Stipendium. Neben der finanziellen Unterstützung fördert T-Hrvatski Telekom die Stipendiaten auch inhaltlich: Experten der kroatischen Landesgesellschaft fungieren als Mentoren und halten Gastvorlesungen an den Partner-Universitäten. 2010 nahmen 160 angehende Elektroingenieure an diesen Vorlesungen teil. Den besten Stipendiaten bietet T-Hrvatski Telekom nach Abschluss ihres Studiums eine Beschäftigung im Unternehmen an. Das Programm wurde 2007 von der Mobilfunktochter der T-Hrvatski Telekom, T-Mobile Croatia, ins Leben gerufen.

Darüber hinaus zeichnet die Landesgesellschaft jährlich die besten Telekommunikations-Studenten der „Faculty of Electrical Engineering and Computing“ in Zagreb aus und lädt Studenten gezielt zu ihrer jährlich stattfindenden Konferenz ein.

☑ T-Mobile Austria: Förderung junger Wirtschaftstalente.

Zweiter Wettbewerb der „Bessermacher Akademie“.

Bereits zum zweiten Mal konnten Studenten in Österreich Einblicke in die Arbeit eines Mobilfunkbieters erhalten: In der „Bessermacher Akademie“ stellten sie sich in Teams der Aufgabe, einen Mobilfunktarif für ihre eigene Zielgruppe zu entwickeln – inklusive eines entsprechenden Konzepts für Marketing und Vertrieb sowie eines Mobiltelefonangebots.

Dem gemeinsamen Aufruf von tele.ring, einer Mobilfunkmarke von T-Mobile Austria, und Sony Ericsson zur Anmeldung für die „Bessermacher Akademie“ im Januar 2010 folgten 90 Teams aus ganz Österreich. 60 davon reichten ausgearbeitete Konzepte ein. Daraus wählte eine Expertenjury im Juni 2010 das Gewinnerprojekt von fünf Studentinnen der Fachhochschule Wien aus. Gemeinsam mit Experten von T-Mobile Austria werden sie ihre Idee in die Praxis umsetzen.

„App“ für Unternehmensspiele entwickelt.

Schülern spielerisch Wirtschaftswissen zu vermitteln und ihre unternehmerischen Kompetenzen zu fördern – das sind die Ziele des Schulprojekts Business Schoolgames, das von T-Mobile Austria unterstützt wird. Seit Projektstart im Jahr 2005 beteiligten sich bereits mehr als 50 Prozent aller Schulen in Österreich – so konnten über 100 000 Schüler ihre unternehmerischen Fähigkeiten erproben.

Das Wissen wird auf Basis eines Planspiels vermittelt. T-Mobile Austria entwickelte für das Projekt 2010 eine Smartphone-Applikation, mit deren Hilfe Schüler die Spielfragen mobil üben und die Testergebnisse an ihre Lehrer schicken können.

▼ T-Systems Austria vergibt Sonderpreis an junge Forscher.

T-Systems Austria hat 2010 als zentrale Kooperationspartnerin des österreichweiten Schülerwettbewerbs „Jugend Innovativ“ zum vierten Mal den Sonderpreis für Informations- und Kommunikationstechnik vergeben. Der Preis ging an zwei Studenten der Höheren Technischen Bundeslehranstalt und Bundesfachschule in Braunau für ihr Projekt „Universal Robot Control – Bilder von der Bodenkontrolle“. Die Preisträger gewannen eine Reise zu den Forschungslabors der Telekom – den Deutsche Telekom Laboratories – nach Berlin. Dort erhielten sie die Möglichkeit, ihr Projekt Experten aus dem Innovationsmanagement der Telekom vorzustellen und gemeinsam mit ihnen über die Umsetzbarkeit zu diskutieren.

▼ Tschechische Schüler entwickeln Projekte zum Handyrecycling.

In Kooperation mit der NGO Aisis startete T-Mobile Czech Republic im September 2010 das Projekt „Mobilobrani“. Jugendliche von fünf tschechischen Schulen beteiligen sich hieran: Unterstützt durch einen Lehrer erstellen sie in Teams ein eigenes Konzept für das Recycling von gebrauchten Mobiltelefonen. Vom Projektmanagement über die Erstellung von Budget- und Marketingplänen agieren die Schüler selbstständig und eigenverantwortlich. Gemeinsam arbeiten die Teams auf ein großes Projektziel hin: Bis Juli 2011 sollen mindestens 20 000 Mobiltelefone eingesammelt und zudem auf die Notwendigkeit von Recyclingmaßnahmen hingewiesen werden. T-Mobile Czech Republic prüft derzeit die Ausweitung von „Mobilobrani“ zu einem eigenständigen Social-Business-Konzept.

▼ T-Mobile Czech Republic: Förderprogramm für engagierte Schüler.

Den Einsatz von Schülern für die Gesellschaft honorieren T-Mobile Czech Republic und die NGO Aisis seit 2007 mit dem Projekt „Small Grants“: Schüler weiterführender Schulen in ganz Tschechien können sich mit Ideen für gemeinnützige Projekte bewerben. 2010 stand die Bewerbungsrunde unter dem Motto „Healthy Planet“ (Gesunder Planet). Seit dem Projektstart vor vier Jahren unterstützte T-Mobile Czech Republic die Ausbildung von Lehrern und Schülern sowie die Umsetzung von 330 Schülerprojekten mit insgesamt 355 000 Euro. Mehr als 2 000 Schüler nahmen in dieser Zeit an dem Projekt teil.

Um das Engagement der Schüler zu würdigen, entschied sich T-Mobile Czech Republic Ende 2010, den „Small Grants Award“ ins Leben zu rufen und damit das beste Projekt des Jahres auszuzeichnen. Erste Gewinnerin war eine Schülerin aus Poděbrady. Sie erhielt 400 Euro für die Fortsetzung ihres Projekts „Break Down the Wall“: Dadurch können sich weiterhin Schüler kranken Kindern auf der Kinderstation des Prager Krankenhauses Motol widmen, ihnen vorlesen, mit ihnen spielen oder ihnen den Umgang mit dem Internet beibringen.

▼ T-Systems Iberia unterstützt junge Unternehmer.

Auf Initiative einer Mitarbeiterin unterstützt die spanische Landesgesellschaft seit 2008 ein Projekt der NGO Escuela Emprendedores. Junge Unternehmer und Existenzgründer simulieren im Rahmen eines vierwöchigen Camps die Gründung einer Firma. Dadurch erwerben sie wertvolles Wissen zur Umsetzung einer eigenen Geschäftsidee. T-Systems Iberia stellt für diese Zeit die IT-Ausstattung zur Verfügung. Die Unterstützung ist auf drei Jahre angelegt.

▼ T-Systems Italia: eLearning und IT-Ausstattung für Schulen.

Auf Initiative eines Mitarbeiters und in Kooperation mit dem Technical Institute Alessandro Rossi (WITAR) spendet T-Systems Italia regelmäßig ausgerangierte, aber voll funktionstüchtige Laptops, PCs, Bildschirme und Tastaturen an Schüler im ostafrikanischen Land Burundi. 2010 wurden 250 Geräte nach Burundi geschickt. Seit 2005 besteht darüber hinaus ein eLearning-Projekt, über das Schüler aus Burundi Zugang zu einem breiten Angebot an Unterrichtsmaterialien im Bereich Technik haben. Im Jahr 2010 nahmen 840 burundische Schüler daran teil.

Seit 2010 fördert die T-Systems-Landesgesellschaft auch in Italien den Einzug von IT-Geräten in den Klassenzimmern, um italienische Schüler über eLearning-Programme untereinander zu vernetzen. An eine Grundschule nahe dem Firmensitz in Mailand spendete T-Systems Italia rund 100 PCs und Laptops für die rund 2 000 Schüler.

▼ Südafrika: Förderung des akademischen IT-Nachwuchses.

18 Absolventen der CIDA ICT Academy im Jahr 2010 übernommen.

Im Jahr 2003 hat T-Systems South Africa mit weiteren Partnern den „CIDA (Community and Individual Development Association) City Campus“ in Johannesburg gegründet. CIDA ist eine private, staatlich anerkannte, nicht-kommerzielle Universität für Studierende, die sonst aufgrund fehlender finanzieller Ressourcen keine Möglichkeit hätten, eine Hochschule oder eine Universität zu besuchen. Bis heute haben 762 Absolventen einen Abschluss erworben. Im Rahmen von Praktika konnten sie während des Studiums wertvolle Praxiserfahrung sammeln.

Im Jahr 2010 stellte T-Systems South Africa 18 Absolventen der CIDA ICT Academy ein – so viele wie noch in keinem Jahr zuvor. Damit leistet T-Systems South Africa vor dem Hintergrund des voranschreitenden ökonomischen Wachstums des Landes einen wichtigen Beitrag zur Qualifizierung von IT-Nachwuchskräften.

▼ IT Services Hungary: Bildungspartner in Ostungarn.

Lehrstuhls an der Universität Debrecen gegründet.

Als Initiator und Förderer verschiedener Kooperationsprogramme mit Bildungseinrichtungen – von Sekundarschulen bis hin zu Universitäten – ist IT Services Hungary, das ungarische Tochterunternehmen von T-Systems International, ein bedeutender Partner des Bildungssektors in Ostungarn.

Schüler zu Informatikern ausbilden.

Um dem Fachkräftemangel in der ostungarischen Region entgegenzuwirken und qualifizierten IT-Nachwuchs auszubilden, unterstützt IT Services Hungary in zwei Mittelschulen in Debrecen, dem zweitgrößten Standort des Unternehmens, eine staatlich anerkannte Informatikausbildung. Abiturienten können die zweijährige Ausbildung absolvieren und sich dadurch für einen Arbeitsplatz bei IT Services Hungary qualifizieren. Seit September 2010 besuchen insgesamt 44 Teilnehmer zwei Kurse. Als Kooperationspartner ist das Unternehmen vor allem an der Entwicklung des Lehrplans und der Lehrerausbildung beteiligt. Von den 17 Absolventen im Jahr 2010 wurden acht als Mitarbeiter von IT Services Hungary übernommen

IT-Kenntnisse für bessere Karrierechancen.

Seit 2009 führen IT Services Hungary und die Universität Debrecen gemeinsam IT-Kurse für Studenten aller Fakultäten am Lehrstuhl für Informatik durch. Das Unternehmen unterstützte insbesondere die Lehrplanentwicklung und leistete in den ersten drei Jahren der Kooperation auch einen finanziellen Beitrag zum Aufbau der notwendigen IT-Infrastruktur. Einige Vorlesungen werden von T-Systems Experten gehalten. Insgesamt nahmen im Jahr 2010 89 Studenten an den drei parallel angebotenen Kursen „Operationssysteme“, „Netzwerke“ und „IT-Betrieb“ teil. Zehn Absolventen wurden von IT Services Hungary 2010 fest angestellt.

Gründung eines Universitätslehrstuhls.

Im Februar 2011 verstärkte IT Services Hungary die Kooperation mit der Universität Debrecen: Gemeinsam riefen sie den „Externen Lehrstuhl für den Betrieb von Infokommunikationssystemen“ unter der Leitung des geschäftsführenden Direktors von IT Services Hungary ins Leben. IT-Studenten sollen an diesem Lehrstuhl zukünftig nach Abschluss des vierten Semesters ihr praktisches IT-Wissen vertiefen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Bildungsengagement > Deutsche Telekom Stiftung

Deutsche Telekom Stiftung.

Seit 2003 setzt sich die gemeinnützige [Deutsche Telekom Stiftung](#) für die Verbesserung der Bildung in den sogenannten MINT-Fächern – Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – ein. Mit einem Stiftungskapital von 150 Millionen Euro gehört sie zu den größten Unternehmensstiftungen in Deutschland. Über die Förderschwerpunkte

- Frühe Bildung,
- Weiterführende Schule,
- Hochschule und
- Innovation

deckt die Stiftung die gesamte Bildungskette ab. 2010 flossen insgesamt rund 9,1 Millionen Euro in die Projektarbeit.

Personelle Änderungen und Herausgabe eines neuen Magazins.

Neuer Kuratoriumsvorsitzender

Im Mai 2010 übernahm der derzeitige Telekom-Finanzvorstand Timotheus Höttges den Vorsitz des Stiftungskuratoriums. Im Unternehmen ist es Tradition, dass der Finanzvorstand diesen Vorsitz innehat.

Magazin für MINT-Bildung

Im Oktober 2010 präsentierte die Deutsche Telekom Stiftung erstmals „m.b. – Das Magazin für MINT-Bildung“. Die Zeitschrift informiert künftig zwei Mal jährlich über aktuelle Bildungsprojekte der Stiftung und ist online als [eBook](#) abrufbar. Im Blickpunkt der ersten Ausgabe stand die Medienbildung. Die zweite Ausgabe erschien im Februar 2011 und widmete sich dem Thema Mathematik im Alltag.

Förderschwerpunkt Frühe Bildung: „Natur-Wissen schaffen“.

„[Natur-Wissen schaffen](#)“ ist das größte Einzelprojekt zum Stiftungsschwerpunkt Frühe Bildung. Bereits seit 2006 unterstützt die Deutsche Telekom Stiftung in diesem Rahmen Erzieher in Deutschland dabei, MINT-Kompetenzen altersgerecht zu vermitteln.

2010 begann die Stiftung mit der Fortbildung von Multiplikatoren, die anschließend Fachkräfte in Kindergärten und Tagesstätten in ganz Deutschland schulen.

Sie statten die Bildungseinrichtungen mit Unterrichtsmaterialien aus, die in den letzten Jahren im Rahmen des Projekts „Natur-Wissen schaffen“ erarbeitet wurden. Bis Ende des Jahres 2011 sollen mehr als 600 Multiplikatoren an bundesweiten Qualifizierungen teilgenommen haben.

Kooperation mit dem „Haus der kleinen Forscher“.

Auch die Stiftung „[Haus der kleinen Forscher](#)“ legt in ihrer Arbeit einen Schwerpunkt auf die Qualifizierung pädagogischer Fachkräfte für den Vorschulbereich. Dieses Engagement unterstützt die Deutsche Telekom Stiftung seit Juni 2010 im Rahmen eines Kooperationsvertrags mit der Stiftung HdKF. Im Rahmen des gemeinsamen Engagements wollen beide Stiftungen mit vereinten Kräften naturwissenschaftliche und technische Bildung in deutschen Kindertagesstätten voranbringen. Kern der Zusammenarbeit ist die Schulung der HdKF-Multiplikatoren durch die Deutsche Telekom Stiftung. Synergien ergeben sich insbesondere durch die gegenseitige Öffnung der Stiftungsnetzwerke.

Kooperation mit BIBER .

Im Rahmen des Projekts „Natur-Wissen schaffen“ ging die Deutsche Telekom Stiftung im Herbst 2010 eine weitere Kooperation ein: Gemeinsam mit [BIBER](#) und dem Netzwerk für frühkindliche Bildung der deutschen Initiative [Schulen ans Netz e.V.](#) soll die Medienkompetenz von Erziehern in Kindergärten und Kindertagesstätten verbessert werden.

„Schule interaktiv“: Erfolgreiche Einführung in drei Bundesländern.

Regelbetrieb in Hessen, Nordrhein-Westfalen und Sachsen gestartet.

Im Rahmen ihres Förderschwerpunkts Weiterführende Schule initiierte die Deutsche Telekom Stiftung 2005 das Projekt „[Schule interaktiv](#)“. Darin wird die Integration neuer Medien in die Lehr- und Lerntätigkeit untersucht. An 19 weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Sachsen erarbeiteten Lehrerkollegien eigene Konzepte für die Einbindung neuer Medien in den Unterricht.

Mit Beginn des Schuljahres 2010/2011 ging das Projekt in die Verantwortung der beteiligten Bundesländer Hessen, Nordrhein-Westfalen und Sachsen über. Ziel der Bundesländer ist es, die Erkenntnisse aus den fünf Jahren Modellbetrieb in die eigenen Fortbildungs- und Schulentwicklungssysteme zu integrieren. Im Frühjahr 2011 wird das Netzwerk auf mehr als 40 Schulen

erweitert.

Zur Unterstützung des erfolgreichen Starts in den Regelbetrieb der Bundesländer wird die Deutsche Telekom Stiftung das Projekt bis Ende 2011 finanziell unterstützen. Weiterhin stellt sie die Website www.schule-interaktiv.de sowie eine interne Austauschplattform zur Verfügung. 2011 organisiert sie darüber hinaus ein Netzwerktreffen aller beteiligten Schulen.

▼ „Mathe sicher können“ an weiterführenden Schulen.

Forschungsprojekt für besseren Mathematikunterricht mit 1,4 Millionen Euro ausgestattet.

Die Deutsche Telekom Stiftung hat die Verbesserung der mathematischen Bildung zu einem Schwerpunkt ihrer Arbeit gemacht. Im Förderschwerpunkt Weiterführende Schule ging Anfang 2011 das Projekt „Mathe sicher können“ in die Umsetzung – ausgestattet mit 1,4 Millionen Euro.

Mit diesen Stiftungsgeldern werden Unterrichtsstrukturen, -konzepte und -materialien für leistungsschwächere Schüler und deren Lehrer in der Sekundarstufe I entwickelt und erforscht. Dadurch sollen eine individuellere Gestaltung des Mathematikunterrichts ermöglicht und das Fach Mathematik effektiver gestaltet werden. Das Projekt wird in Zusammenarbeit mit der [Technischen Universität Dortmund](#), der [Freien Universität Berlin](#), der [Pädagogischen Hochschule Freiburg](#) und der [Westfälischen Wilhelms-Universität Münster](#) umgesetzt. Es ist zunächst auf drei Jahre angelegt.

▼ Förderschwerpunkt Hochschule: Mathematik entlang der Bildungskette.

Fünf Millionen Euro für Lehrerbildungszentrum.

Der Schwerpunkt des Programms Hochschule lag auch im Berichtszeitraum auf der Aus- und Fortbildung von Lehrern in MINT-Fächern.

Studie zur mathematischen Bildung.

Ein Meilenstein in diesem Bereich war die im September 2010 vorgelegte 80-seitige Untersuchung „Mathematik entlang der Bildungskette“. Die von der Deutsche Telekom Stiftung 2009 in Auftrag gegebene Studie untersucht die mathematische Bildung in Deutschland. Das Ergebnis der beauftragten Expertenkommission: Verbesserungen sind nur mit einer „Qualitätsoffensive Mathematik“ zu erreichen. Ein wichtiger Schritt wäre die Einrichtung eines nationalen universitären Kompetenzzentrums für Lehrerbildung.

Aufbau eines nationalen Kompetenzzentrums für Lehrerbildung.

Der Empfehlung der Experten folgend, plant die Deutsche Telekom Stiftung im Jahr 2011 ein nationales Kompetenzzentrum für Lehrerbildung an einer deutschen Universität auf den Weg zu bringen. Auf die Ausschreibung konnten sich zwischen Januar und Ende April 2011 Hochschulen in Deutschland bewerben, die MINT-Lehrer ausbilden.

Das Kompetenzzentrum wird sich an pädagogische Fachkräfte für den Vorschulbereich und Mathematik-Lehrer, aber auch an andere Multiplikatoren richten, die sich zusätzlich qualifizieren wollen. In Aufbau und Betrieb des Zentrums wird die Stiftung in den kommenden fünf Jahren rund 5 Millionen Euro investieren. Da eine gute mathematische Bildung als Grundlage für den Kompetenzaufbau und -ausbau in den anderen MINT-Fächern gilt, wird sich die Arbeit des Kompetenzzentrums zunächst auf das Fach Mathematik konzentrieren. Perspektivisch sollen auch in den weiteren MINT-Bereichen fachwissenschaftliche und fachdidaktische Weiterbildungen angeboten werden.

▼ Themenpatenschaft bei der Initiative „Lernen vor Ort“.

Im Rahmen des Stiftungsschwerpunkts Innovation wirkte die Deutsche Telekom Stiftung 2010 bei der Initiative „[Lernen vor Ort](#)“ mit. Das im Jahr 2009 vom deutschen Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gemeinsam mit einem Stiftungsverbund mit inzwischen mehr als 100 Stiftungen initiierte Projekt schafft für Landkreise und kreisfreie Städte Anreize, ein konsequentes und aufeinander abgestimmtes Bildungsmanagement aufzubauen.

Als Themenpate für das Handlungsfeld Wirtschaft, Technik, Umwelt und Wissenschaft bietet die Deutsche Telekom Stiftung Konzepte und Materialien aus ihren Projekten „[Natur-Wissen schaffen](#)“, „[Klasse\(n\)kisten](#)“, „[Junior-Ingenieur-Akademie](#)“ und „[Mathematik anders Machen](#)“ an. Die Beteiligung der Stiftung ist zunächst auf drei Jahre angelegt.

▼ Internationaler Vergleich der Innovationskraft.

Erkenntnisse über die Innovationsbedingungen am Wirtschaftsstandort Deutschland liefert der „Innovationsindikator“. Dieser ist in einer Kooperation der Deutschen Telekom Stiftung und des [Bundesverbands der Deutschen Industrie \(BDI\)](#) entstanden. In einem Länderranking stellt der Indikator die Innovationsbedingungen in Deutschland den Verhältnissen in den weltweit führenden Industriestaaten gegenüber. Zwischen 2005 und 2009 wurde die Studie vom [Deutschen Institut für Wirtschaftsforschung \(DIW\)](#) erarbeitet und einmal jährlich veröffentlicht.

Im Frühjahr 2010 wurde das Projekt im Rahmen eines Ideenwettbewerbs neu ausgeschrieben. Ab 2011

wird ein Konsortium unter Führung des Fraunhofer-Instituts für System- und Innovationsforschung ISI den „Innovationsindikator“ erstellen.

© Deutsche Telekom, 2011

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Sponsoring

Sponsoring.

Kultur und Sport sind zwei Bereiche, aus denen die Gesellschaft Innovationskraft schöpft. Sie schaffen Zusammenhalt, ermöglichen grenzüberschreitende Verständigung und bewegen die Menschen.

Seit fast zwanzig Jahren engagieren wir uns in Deutschland für die Sportwelt und fördern die Kulturlandschaft. Inzwischen zählen wir zu den größten nationalen Sponsoren in diesen Bereichen. Auch die Landesgesellschaften sind in der Förderung von Kultur und Sport aktiv. Dieser Einsatz ist Ausdruck unseres Selbstverständnisses als internationaler Konzern, der seiner gesellschaftlichen Verantwortung nachkommt.

Unsere Aktivitäten im Kultursponsoring konzentrieren sich auf die Förderung von Musik und bildender Kunst. Wir unterstützen etablierte Künstler und aufstrebende Talente.

Ob Leistungssport, Breiten-, Behinderten- oder Schulsport: Was für uns zählt, sind Teamgeist und Toleranz. Diese Werte stehen im Zentrum unseres Sportsponsorings.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Sponsoring > Kultursponsoring

Kultursponsoring.

Von Beethoven und elektronischen Beats über zeitgenössische bildende Kunst bis hin zu Cross-over-Kulturevents: Die Deutsche Telekom fördert die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten. Gemeinsam mit verschiedenen Partnern der nationalen und internationalen Kunst- und Musikszene wollen wir den Menschen Zugang zu einem breiten kulturellen Angebot ermöglichen. Darin bringen wir unsere Erfahrungen für effektive und breitenwirksame Kommunikation und Vermarktung ein. Zudem stellen wir bei Bedarf auch moderne Technologien und Produkte zur Verfügung.

☐ Förderung talentierter Nachwuchspianisten.

Wir unterstützen junge Musiker auf ihrem Weg in die Spitzenklasse. Beispielsweise durch die „[International Telekom Beethoven Competition Bonn](#)“: Diesen Klavierwettbewerb haben wir im Jahr 2005 ins Leben gerufen. Der Klavierhersteller „Steinway & Sons“, die Stadt Bonn, das Beethoven Orchester Bonn und das Beethoven-Haus Bonn sind unsere Partner. Alle zwei Jahre stellen sich Nachwuchspianisten aus der ganzen Welt einer hochkarätigen internationalen Jury.

Vom 2. bis 10. Dezember 2011 geht der Wettbewerb mit 24 Teilnehmern in die vierte Runde. Neben einem Preisgeld für die beste Solistenleistung und weiteren Sonderpreisen erhalten die ausgezeichneten Pianisten die Chance auf begehrte Konzertengagements. Die Bewerbungsphase läuft bis Ende Mai 2011.

☐ Street Gigs und Electronic Beats.

Internet-Gemeinde mit über 71 000 Mitgliedern.

Einen weiteren Beitrag zur Musikkultur in Deutschland leisten wir seit 2007 mit den „[Telekom Street Gigs](#)“. Diese Konzertreihe entspricht vor allem dem Musikgeschmack jüngerer Generationen. Sie präsentiert bekannte Bands an außergewöhnlichen Orten: etwa in einem Steinbruch oder einer Sternwarte, auf einem Parkdeck, einer Autofähre oder in einer Kletterhalle. 2010 verfolgten rund 7 400 Fans unter anderem die Auftritte von Jamie Cullum, Fettes Brot, den Fantastischen Vier und Wir sind Helden. Auch die Street Gigs Online Community ist seit 2007 stetig gewachsen und betrug Ende 2010 71 593 aktive Mitglieder.

Die Telekom ist zudem Initiator des internationalen Musik- und Lifestyleprogramms „[Electronic Beats](#)“. Vor allem die Live-Events mit bekannten Künstlern sind ein beliebter Teil des Programms. Electronic Beats hat in seiner zehnjährigen Geschichte eine europaweite Community aufgebaut. Auf mehr als 200 Veranstaltungen in Städten wie Amsterdam, Berlin, Budapest, Wien, Prag, Edinburgh oder auch entlang der kroatischen Adriaküste feierten bislang Hunderttausende Musikfans international etablierte sowie neu aufstrebende Künstler.

☐ Telekom Extreme Playgrounds – Musik trifft Sport.

Als Titelsponsor unterstützen wir seit 2007 die „[Telekom Extreme Playgrounds](#)“. Diese Veranstaltung, in der Action-Sport mit Musik kombiniert wird, begeistert vor allem junge Menschen. Top-Athleten aus der ganzen Welt treten in den Sportarten BMX, Mountainbike, Wakeboard und Skateboard in Wettbewerben gegeneinander an. Angesehene Bands sorgen zwischen den sportlichen Wettkämpfen mit Konzerten für Festival-Stimmung. Im Berichtszeitraum fanden Wettbewerbe in Hamburg, Duisburg und Berlin statt. Die „Telekom Extreme Playgrounds“ rückten in den vergangenen zwei Jahren immer stärker in die öffentliche Wahrnehmung: Nach Marktforschungsergebnissen stieg die Bekanntheit allein innerhalb des Jahres 2010 um 63 Prozent.

☐ OTE: Förderung des kulturellen Erbes in Griechenland.

Die griechische Landesgesellschaft hat es sich zur Aufgabe gemacht, das kulturelle Erbe des Landes zu fördern. So führte OTE auch 2010 die seit vier Jahren bestehende Kooperation mit dem Benaki Museum in Athen fort. Im Fokus der Unterstützung stehen dabei die Digitalisierung und Archivierung der Museumssammlungen. Darüber hinaus unterstreicht OTE ihr kulturelles Sponsoringengagement insbesondere auf lokaler Ebene – mit der Unterstützung zahlreicher Aktivitäten in ganz Griechenland.

☐ T-Hrvatski Telekom unterstützt zeitgenössische Kunst in Kroatien.

Seit dem Jahr 2007 ist T-Hrvatski Telekom Partnerin des Museum of Contemporary Art in Zagreb. Die kroatische Landesgesellschaft unterstützt das Museum sowohl finanziell als auch mit Telekommunikationsinfrastruktur und entsprechenden Dienstleistungen. Im Rahmen der Kooperation wurde 2010 bereits zum dritten Mal der Wettbewerb T-HTnagrada@msu.hr ausgetragen, die renommierteste jährliche Auszeichnung für zeitgenössische Kunst in Kroatien. Die prämierten Werke werden als Bestandteil der T-Hrvatski Telekom-Sammlung im Museum of Contemporary Art ausgestellt.

PTC: Engagement für das Schloss in Warschau.

PTC ist Schirmherrin und strategische Partnerin des Königsschlusses in Warschau. Die polnische Landesgesellschaft unterstützt in diesem Rahmen zahlreiche Aktionen, zum Beispiel die Veranstaltung eines Besucherwettbewerbs zur Erkundung des Schlosses. Auch die Mitarbeiter von PTC profitieren von der Partnerschaft: So können unter anderem ihre Kinder an speziellen künstlerischen Lernangeboten des Schlosses teilnehmen.

Neben der Unterstützung zahlreicher Dauer- und Wechselausstellungen im Königsschloss ist PTC auch Partnerin einer Vortragsreihe mit dem Namen „Polen – Deutschland. Tausend Jahre Nachbarschaft in Europa“. Die Vortragsreihe wurde im Mai 2010 von Wladyslaw Bartoszewski, dem ehemaligen polnischen Senator und Botschafter, eröffnet. Unter den Rednern waren auch Gäste aus Deutschland, darunter die deutsche Politikwissenschaftlerin Gesine Schwan.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Sponsoring > Sportsponsoring

Sportsponsoring.

Im Mittelpunkt unserer Sportsponsoring-Philosophie stehen Fairness, Toleranz und Teamgeist. Diese Werte, die auch für den Konzern gelten, fördern wir im Rahmen von langfristigen Engagements und Kooperationen in der Sportlandschaft.

Um unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, setzen wir uns heute noch stärker als bisher für den Breiten-, Schul- und Behindertensport und für die Nachwuchsförderung ein.

☑ Sport mit Handicap: „Neue Sporterfahrung“ für Schüler.

Jedes Jahr Jugendliche an 150 Schulen in Deutschland erreicht.

Gemeinsam mit dem [Deutschen Behindertensportverband](#) und dem [Deutschen Rollstuhl-Sportverband](#) starteten wir im Oktober 2009 unter dem Titel „Neue Sporterfahrung“ ein bisher einzigartiges Schulsportprojekt in Deutschland: Schüler der Jahrgangsstufen sieben bis zehn gewinnen an einem Projekttag Einblicke in die Sportwelt von Menschen mit Behinderungen. Die Jugendlichen probieren dabei Sportarten aus, die normalerweise nicht auf dem Lehrplan stehen, wie zum Beispiel Rollstuhlbasketball, Goalball oder Blindenfußball. Die ungewohnte Perspektive erleichtert ihnen, Verständnis und Respekt für Menschen mit Behinderungen zu entwickeln.

Die „Neue Sporterfahrung“ wird jährlich an rund 150 weiterführenden Schulen in Deutschland angeboten, so auch 2010: Insgesamt nahmen rund 15 000 Jugendliche an weiterführenden Schulen in Baden-Württemberg, Niedersachsen, Bremen und Hamburg teil. Im Jahr 2011 wird das Projekt in Bayern, Berlin und Brandenburg umgesetzt.

Kurz vor Start der Alpinen Ski-Weltmeisterschaften in Garmisch-Partenkirchen im Februar 2011 vermittelte der erfolgreichste Monoskifahrer aller Zeiten, Martin Braxenthaler, Schülern im Rahmen der „Neuen Sporterfahrung“ die technischen Grundlagen seiner Sportart. Mit diesem Projekttag dehnte die Telekom ihr Engagement erstmals auf eine paralympische Wintersportart aus.

Umfassende begleitende Medienarbeit soll dazu beitragen, durch das Projekt die öffentliche Aufmerksamkeit auf den Behindertensport zu lenken und die Toleranz gegenüber Menschen mit Behinderung zu stärken.

☑ Förderung des Behindertensports in Deutschland.

Das Engagement für den Behindertenbreitensport und die Internationale Paralympische Bewegung ist seit 2006 fester Bestandteil des Sportsponsorings der Deutschen Telekom.

In Vorbereitung auf die Paralympischen Sommerspiele 2012 in London bieten wir derzeit 15 jungen Hoffnungsträgern ein Mentorenprogramm an. In drei Teams werden jeweils fünf bis sieben Nachwuchssportler von einem Athleten aus dem paralympischen Top-Team unterstützt.

Zudem finanzierte die Telekom 2010 das erste Paralympische Jugendlager bei Winterspielen: Zwölf Jugendliche mit Behinderung im Alter von 14 bis 17 Jahren reisten gemeinsam mit acht Betreuern Anfang März 2010 zu den paralympischen Winterspielen nach Vancouver und Whistler. Veranstalter des integrativen Jugendlagers ist die [Deutsche Behinderten-Sportjugend \(DBSJ\)](#). Ziel ist es, den jungen Athleten die Motivation und eine Zielsetzung für ihre Sportkarriere zu geben.

☑ OTE und Cosmote Greece unterstützen „Special Olympics“.

Die griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote Greece setzen sich für die Verbesserung der Lebensqualität von Menschen mit geistiger Behinderung ein. Seit dem Frühjahr 2010 sind die Landesgesellschaften offizieller Sponsor der „Special Olympics Games ATHENS 2011“. OTE und Cosmote Greece stellen in diesem Zusammenhang die im Vorfeld und während der Spiele benötigten Telekommunikationsdienstleistungen zur Verfügung. Die griechischen Landesgesellschaften investieren zudem rund 1,6 Millionen Euro in die benötigte technische Infrastruktur.

☑ Kooperation mit der Deutschen Sporthilfe.

Neue Berufswege für ehemalige Spitzensportler.

Um Spitzensportlern im Anschluss an ihre sportliche Karriere den Einstieg in ein neues Berufsleben zu erleichtern, startete die Telekom 2009 zusammen mit der [Stiftung Deutsche Sporthilfe](#) das Förderprogramm „Duale Karriere“.

In Bewerbertrainings schulen Experten des Recruiting & Talent Service der Telekom die Athleten: Sie

erhalten Unterstützung bei der Erstellung von Bewerbungsunterlagen und werden auf Vorstellungsgespräche vorbereitet. 2010 nahmen 40 Spitzensportler an den Bewerbertrainings teil. Den Spitzensportlern bieten wir darüber hinaus an, sich im Telekom Konzern auf Praktika und Stellenangebote zu bewerben.

Telekom unterstützt „Tour-Truck“.

Seit Sommer 2010 wirbt ein „Tour-Truck“ – ein Informationsbus – in ganz Deutschland bei großen Sportveranstaltungen für die [Stiftung Deutsche Sporthilfe](#). Die Deutsche Telekom unterstützt diese Kampagne als einer von vier nationalen Förderern. Unter dem Motto „Dein Name für Deutschland,“ wird der Truck bis zu den Olympischen Sommerspielen 2012 in London bundesweit jedes Jahr an 70 Sportveranstaltungen haltmachen. Sportbegeisterte können dort für 3 Euro im Monat „offizieller Sponsor“ der deutschen Olympioniken werden und damit einen Beitrag zu den großen Erfolgen der deutschen Athleten leisten.

Sponsoring des Marathons in Bonn.

Seit 2005 ist die Deutsche Telekom Sponsor des RheinEnergie Marathons in Bonn. Im April 2010 fand die Veranstaltung zum zehnten Mal statt. Mehr als 10 000 Läufer gingen an den Start. Im Rahmen unseres Sponsoring wollen wir die Bürger der Stadt und unsere Mitarbeiter zum Sport motivieren und sie sowohl in der Vorbereitung als auch während des Marathons begleiten.

Insgesamt 500 Telekom-Mitarbeiter meldeten sich im Jahr 2010 für den Marathon oder Halbmarathon an. Hierfür wurden sie sechs Monate lang in wöchentlichen Lauftreffs, mit Trainingsberatung und in Informationsveranstaltungen von der Telekom unterstützt. Das Sponsoring des Marathons werden wir auch 2011 fortsetzen.

Cosmote Greece: Sponsoring des „Athens Classic Marathon“.

Auch die griechische Landesgesellschaft Cosmote fördert den Sport an ihrem Hauptsitz in Athen: 2010 unterstützte sie zum fünften Mal den „Athens Classic Marathon“. Insgesamt 122 Mitarbeiter gingen dabei an den Start. Cosmote Greece spendete für jeden Kilometer, den ihre Beschäftigten zurücklegten, an die NGO Life Line Hellas.

OTE: Sponsor des „Homeless World Cup“.

Seit vier Jahren unterstützt die Landesgesellschaft OTE die griechische Obdachlosen-Fußballmannschaft. Im Oktober 2010 nahm die Mannschaft am „8. Homeless World Cup“ in Rio de Janeiro teil. OTE unterstützte die Obdachlosen bei der Vorbereitung auf den Wettbewerb finanziell. Ziel des Engagements ist es, sozial schwachen Gruppen in Griechenland zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen.

T-Mobile Austria: Langjährige Fußballförderung.

Audiokommentare erleichtern Menschen mit Sehbehinderung das Miterleben von Fußballspielen.

Das Engagement im Sport hat bei T-Mobile Austria eine lange Tradition: Seit 1997 sponsert die Landesgesellschaft die österreichische Fußball-Bundesliga und ist exklusive Mobilfunkpartnerin der Liga.

Barrierefreie Bundesliga.

Mit Beginn der Rückrunde der Saison 2009/2010 startete T-Mobile Austria im Februar 2010 zusammen mit der österreichischen Bundesliga den Service „Bundesliga On Ear“. Blinden und sehbehinderten Menschen werden über eine spezielle Hörfrequenz gratis Audiokommentare in vier österreichischen Stadien angeboten, die live im Stadion per Handy mit Radiofunktion oder zu Hause über das Internet empfangen werden können.

Auszeichnung: Österreichs fairste Fußballmannschaft.

Darüber hinaus fördert T-Mobile Austria die Fairness im Sport: Bereits zum vierten Mal zeichnete das Unternehmen die fairste Mannschaft der österreichischen Bundesliga mit dem Fairplay Award aus. Der Preis ging 2010 an den FK Austria Wien. Im Rahmen der Auszeichnung vergibt die Landesgesellschaft zudem ein Stipendium in Höhe von 5 000 Euro an einen Nachwuchsspieler des Siegerevereins. Das Stipendium ging 2010 erstmals an eine gesamte Nachwuchsmannschaft, die U15-Mannschaft vom FK Austria Wien, die mit dem Geld ein Trainingslager und eine Turnierreise finanzierte.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Gesellschaft > Katastrophenhilfe

Katastrophenhilfe.

Naturkatastrophen, wie Fluten oder Erdbeben, haben oft verheerende Folgen für die Betroffenen vor Ort. Diese verlieren von einem Tag auf den anderen ihre Lebensgrundlage und sind auf Unterstützung von außen angewiesen.

Um den betroffenen Menschen unbürokratisch und schnell zu helfen, arbeitet die Telekom seit Jahren eng mit renommierten Partnern zusammen. Mit Sachspenden und Geldbeträgen leisten wir wirkungsvolle Ersthilfe. Auch unsere Beschäftigten zeigen sich in Katastrophenfällen stets äußerst engagiert, um die Not zu lindern.

☑ Schnelle Hilfe nach Erdbeben und Tsunami in Japan.

Kostenlose Kommunikationsdienste.

Nach dem folgenschweren Erdbeben am 11. März 2011 in Japan unterstützte die Telekom ihre Kunden darin, Kontakt zu ihren Angehörigen und Freunden in Japan zu halten.

- Privatkunden in Deutschland konnten sich für den Zeitraum vom 10. März bis zum 9. April 2011 Gebühren für Telefonate nach Japan – sowohl über Festnetz als auch über Handy – sowie SMS, MMS und Daten-Roaming erstatten lassen. Hilfsorganisationen, die aus und nach Japan sowie innerhalb des Landes telefonieren, stellt der Konzern von vornherein sämtliche Verbindungen nicht in Rechnung.
- Auch die internationalen Landesgesellschaften leisten umfassend Hilfe im japanischen Katastrophengebiet. In Österreich, Kroatien, Tschechien, Griechenland, den Niederlanden, Rumänien und den USA bieten wir kostenfrei Telefonate sowie sonstige Kommunikationsdienste nach Japan an.

Unterstützung für Mitarbeiter vor Ort.

Oberste Priorität hatte die Sicherheit unserer Mitarbeiter und ihrer Familien vor Ort. T-Systems Japan in Tokio blieb vom Erdbeben weitgehend verschont. Aufgrund der erhöhten Strahlenwerte und der ungeklärten Situation im beschädigten Atomkraftwerk Fukushima riet der T-Systems-Vorstand allen Beschäftigten in Tokio und Umgebung davon ab, ins Büro oder zu Kunden zu fahren. Unseren deutschen Beschäftigten haben wir empfohlen, das Land zu verlassen. Den japanischen Mitarbeitern und ihren Familien wurden 20 Hotelzimmer in einer Stadt 800 Kilometer südlich der Hauptstadt zur Verfügung gestellt.

Spenden für Japan.

- Um den betroffenen Menschen in Japan zu helfen, riefen wir alle Mitarbeiter in Deutschland zu Spenden an das „[Aktionsbündnis Deutschland Hilft](#)“ auf, einen langjährigen Kooperationspartner der Deutschen Telekom.
- T-Mobile Austria unterstützt den Spendenaufruf der Volkshilfe Österreich „Armut tut weh“ mit einer SMS-Aktion. Das so gesammelte Geld wird den Menschen in Japan für den Wiederaufbau zur Verfügung gestellt.
- Crnogorski Telekom rief ihre Kunden dazu auf, sich über eine eigens eingerichtete Spendenhotline finanziell für die Opfer in Japan zu engagieren. Pro Anruf geht 1 Euro an das Rote Kreuz in Montenegro, das wiederum das Geld an das Rote Kreuz in Japan weiterleitet.
- Auch in den USA können sich T-Mobile-Kunden an der Hilfe beteiligen: Mit einer SMS an die Nummer 90999 spenden sie automatisch 10 Dollar an das Rote Kreuz. Die Abrechnung erfolgt über die Mobilfunk-Rechnung.

☑ Hilfe für Flutopfer in Pakistan.

94 Auszubildende in Essen starteten spontane Sammelaktion.

Tagelanger Monsunregen löste im Sommer 2010 in Pakistan eine Jahrhundertflut aus. Ein Fünftel des Landes stand unter Wasser, mehr als 14 Millionen Menschen waren von den Überschwemmungen betroffen. Nach offiziellen Angaben verloren mehr als 1 700 Menschen ihr Leben, knapp 2 700 Menschen wurden verletzt und über 1,7 Millionen Gebäude beschädigt.

Mitarbeiter in Deutschland spenden rund 75 000 Euro.

Unmittelbar nach Eintreten der Katastrophe rief die Telekom Deutschland ihre Mitarbeiter zum Spenden auf. Bis September 2010 gingen insgesamt rund 75 000 Euro ein – gespendet von etwa 1 000 Mitarbeitern. Auch Telekom-Auszubildende trugen ihren Teil dazu bei: 94 Auszubildende aus Essen

ergriffen spontan Initiative und sammelten im September 2010 unter dem Motto „Ich übernehme Verantwortung für das, was ich tue“ 500 Euro für die Flutopfer in Pakistan ein.

Geld- und Sachspenden für schnelle Hilfe.

Zusätzlich zu den Mitarbeiterspenden leistete die Deutsche Telekom eine Direktspende in Höhe von 25 000 Euro an die „Aktion Deutschland Hilft“ (ADH). Mit dem Geld konnte die Bevölkerung in Pakistan mit ersten Lebensmittel- und Wasserrationen, Decken, Notunterkünften und medizinischer Hilfe versorgt werden. Die ADH wurde 2001 von zehn deutschen Hilfsorganisationen gegründet und trägt das Spendensiegel des Deutschen Zentralinstituts für soziale Fragen (DZI).

Darüber hinaus stellte die Deutsche Telekom im September 2010 neun LKW-Ladungen mit 280 Paletten Einmalhandschuhen, OP-Masken und Desinfektionsmitteln bereit. Diese Hilfsgüter wurden in Kooperation mit dem Technischen Hilfswerk vom Logistikzentrum in Euskirchen zum Leipziger Flughafen gebracht, von wo aus sie gemeinsam mit weiteren Hilfsgütern unter der Regie der EU und NATO nach Pakistan weitertransportiert wurden.

TV-Spendenaufwurf aus der Telekom-Hauptstadtrepräsentanz.

Im August 2010 stellte die Telekom ihre Räumlichkeiten der Hauptstadtrepräsentanz in Berlin dem deutschen Fernsehsender ZDF zur Aufzeichnung einer Sondersendung zur Flutkatastrophe kostenlos zur Verfügung. Im Rahmen der Sendung spendeten die Zuschauer rund 8 Millionen Euro für die Flutopfer in Pakistan.

☑ Hilfe für Haiti.

Mitarbeiter in Deutschland spendeten 430 000 Euro für Erdbebenopfer.

Das Erdbeben, das am 12. Januar 2010 mit einer Stärke von 7,0 auf der Richterskala den Inselstaat Haiti erschütterte, forderte fast 230 000 Todesopfer.

Telekom und Mitarbeiter in Deutschland spendeten fast 1 Million Euro.

Die Bilder aus Haiti lösten bei unseren Mitarbeitern große Betroffenheit aus und veranlassten sie zu großzügigen Spenden: Zwischen Mitte Januar und Ende Februar 2010 kamen rund 430 000 Euro zusammen. Mit dieser Summe übertraf die Spendensammlung alle bisherigen Spendenaktionen unter unseren Mitarbeitern.

Der Spendenbetrag wurde anschließend vom Konzern verdoppelt. Der Vorstandsvorsitzende René Obermann übergab somit im April 2010 insgesamt 860 000 Euro an unsere Partnerorganisation „Aktion Deutschland Hilft“ (ADH). Das Geld floss direkt in die Nothilfe und den Wiederaufbau. Unter Berücksichtigung der Soforthilfe in Höhe von 100 000 Euro, die die Deutsche Telekom unmittelbar nach der Katastrophe im Januar 2010 an ADH spendete, kamen so insgesamt fast 1 Million Euro für die Erdbebenopfer in Haiti zusammen. Ein wichtiges Projekt, das mit rund 400 000 Euro unterstützt wird, ist der Bau der „Telekom-Schule“ in einer Siedlung in der Nähe der Hauptstadt Port-au-Prince. Die Baumaßnahmen gingen schneller voran als geplant – und so können bereits seit Mai 2011 über 1200 Kinder die Schule besuchen.

Telekom-Mitarbeiter leisten Hilfe vor Ort.

- Mit großem persönlichem Einsatz half ein Mitarbeiter von T-Systems Deutschland beim Wiederaufbau: Der Service-Delivery-Manager aus Leinfelden-Echterdingen arbeitete im April 2010 rund vier Wochen ehrenamtlich als Logistiker des Technischen Hilfswerks (THW) auf Haiti. In Leogane, westlich der Hauptstadt Port-au-Prince, leitete er zusammen mit vier weiteren THW-Helfern den Betrieb einer Trinkwasseraufbereitungsanlage. T-Systems Deutschland stellte ihn hierfür von seiner Arbeit frei.
- Auch ein ehemaliger T-Systems-Mitarbeiter war Anfang 2011 im Erdbebengebiet in Haiti für die Malteser im Einsatz. Er übernahm dabei organisatorische und praktische Arbeiten – vor allem in Kooperation mit weiteren Hilfsorganisationen und den Militärs.

Engagement der Landesgesellschaften.

Die Situation der Betroffenen in Haiti hat auch in den Landesgesellschaften eine hohe Spendenbereitschaft unter Mitarbeitern und Kunden ausgelöst:

- So sammelten die Landesgesellschaften und ihre Mitarbeiter in der Slowakei, Tschechien, Österreich, Ungarn, Kroatien, Griechenland, den Niederlanden und den USA Spendengelder in Höhe von 420 000 Euro. Das Geld floss zweckgebunden an nationale Hilfsorganisationen. Bei T-Systems Iberia initiierten zwei Beschäftigte eine interne Spendenaktion. Insgesamt kamen so bei der spanischen Landesgesellschaft rund 22 500 Euro zusammen.
- Einige Unternehmen boten zudem kostenlose Spenden- SMS-Dienste an. Über Hotlines spendeten Telekom-Kunden international etwa 4,5 Millionen Euro.
- Die Landesgesellschaften unterstützten die Erdbebenopfer in Haiti darüber hinaus auch mit Sachmitteln. Magyar Telekom finanzierte beispielsweise ein mobiles Krankenhaus auf Haiti, das vom

Medizinisch- und Gesundheitswissenschaftlichen Zentrum der ungarischen Universität Debrecen betrieben wird. T-Mobile USA stellte Hardware und technische Infrastruktur für den Wiederaufbau in Haiti zur Verfügung.

▼ Hilfe für Hochwasseropfer in Süd- und Osteuropa.

Spenden-Hotline der Crnogorski Telekom: Schnelle Hilfe für Flutopfer in Montenegro.

Tagelange Regenfälle verursachten im Frühjahr und Sommer 2010 in weiten Teilen Osteuropas verheerende Überschwemmungen: In Polen, Ungarn, der Slowakei und Tschechien kamen etliche Menschen ums Leben, zahlreiche Städte waren tagelang unerreichbar. Die Gesellschaften der Telekom in diesen Ländern reagierten sofort und leisteten auf verschiedenen Wegen Hilfe:

Spenden und Mitarbeiterengagement.

- Mitarbeiter der polnischen Landesgesellschaft PTC unterstützten vom Hochwasser des Flusses Vistula betroffene Familien mit Spenden in Höhe von 58 500 Zloty. PTC verdoppelte den Betrag auf 117 000 Zloty (rund 29 580 Euro). 109 Mitarbeiter halfen zudem im Sommer 2010 insgesamt 260 Tage lang beim Wiederaufbau von Gebäuden mit, die durch die Flut zerstört wurden.
- Die Mitarbeiter von Slovak Telekom sammelten 4 500 Euro für ein Sommerlager, an dem 200 Kinder aus Überschwemmungsgebieten im Juni 2010 teilnehmen konnten. Zusätzlich stellte der Endowment Fund Slovak Telekom 30 000 Euro als Hilfe für die Flutopfer zur Verfügung.
- Magyar Telekom spendete im Juni 2010 insgesamt 60 Millionen Forint (rund 221 630 Euro) für Betroffene der Flutkatastrophe in Ungarn. Mithilfe des Geldes baute das ungarische Rote Kreuz die Häuser von fast 400 betroffenen Familien wieder auf. Darüber hinaus stellte Magyar Telekom 200 Mobiltelefone für Hilfskräfte und Betroffene kostenlos zur Verfügung. Unterstützung erhielten die Flutopfer auch über eine Spendenhotline, die in Zusammenarbeit mit anderen ungarischen Telekommunikationsbetreibern eingerichtet wurde. Die Spenden kamen den betroffenen Menschen über das Ungarische Rote Kreuz zugute.

Vergünstigte Angebote für Betroffene.

Slovak Telekom, Magyar Telekom, T-Mobile Czech Republic und PTC unterstützten ihre vom Hochwasser betroffenen Kunden außerdem mit vergünstigten Produkt- und Serviceangeboten. Die tschechische Landesgesellschaft beispielsweise stellte Hochwasseropfern kostenlos eine neue SIM-Karte zur Verfügung und bot ihnen neue Mobiltelefone zu vergünstigten Preisen an. Festnetz-Kunden der ungarischen Magyar Telekom in den zehn am schlimmsten von der Flut betroffenen Gemeinden wurden die Grundgebühren für ihren Anschluss für einen Monat erlassen. Slovak Telekom ersetzte ihren Kunden kostenlos von der Flut beschädigte, technische Geräte wie Set-Top-Boxen oder Router, erließ ihnen zwei Festnetz-Monatsraten und übertrug Inhabern von Prepaid Handy Karten ein Guthaben von 9 Euro.

Spendenhotline für Hochwasseropfer in Montenegro.

Auch Montenegro war im Dezember 2010 von starken Überschwemmungen betroffen, die erhebliche Schäden anrichteten. Die montenegrinische Landesgesellschaft richtete umgehend eine Spendenhotline für Flutopfer ein und bewarb diese intensiv. Über die Hotline konnten im Zeitraum vom 6. Dezember 2010 bis 7. März 2011 insgesamt 37 383 Anrufe entgegengenommen werden, pro Anruf wurde 1 Euro (abzüglich Mehrwertsteuer) gespendet. Crnogorski Telekom spendete zusätzlich insgesamt 25 000 Euro an das Rote Kreuz in Montenegro. Das Geld wurde für die Beschaffung und Verteilung von Hilfsgütern und Haushaltsgegenständen an die von der Flut betroffenen Menschen verwendet.

▼ Magyar Telekom hilft Opfern der Schlammkatastrophe.

Im Oktober 2010 verwüstete hochgiftiger Schlamm die westungarische Kleinstadt Kolontár und das angrenzende Dorf Devecser. Unmittelbar nachdem der größte Chemieunfall in Ungarns Geschichte bekannt wurde, leistete die ungarische Landesgesellschaft Magyar Telekom Hilfe:

- Sie richtete in Zusammenarbeit mit anderen ungarischen Telekommunikationsbetreibern eine kostenlose Spendenhotline zugunsten der betroffenen Menschen ein. Die Spenden wurden den Bedürftigen durch das Ungarische Rote Kreuz zur Verfügung gestellt.
- Um eine Koordination des Einsatzes von Hilfskräften zu erleichtern, stattete sie die Helfer mit Mobiltelefonen und Laptops aus, die diese drei Monate lang kostenlos nutzen konnten.
- Familien, die ihre Häuser verlassen mussten, erhielten Mobilfunkpakete. Um ihre Wohnsituation zu verbessern, stellte Magyar Telekom ihnen zudem Möbel und Küchenutensilien aus den unternehmenseigenen Ferienheimen zur Verfügung.
- Ihre Kunden rief Magyar Telekom über eine SMS zu Spenden an den „Hungarian Relief Fund“ auf, den Hilfsfonds der ungarischen Regierung für die Flutopfer.

Kunden.

Innovation, Kompetenz und Einfachheit: Diese Attribute prägen unsere Marke. Mit dem Ziel, Marktführer im Bereich „Vernetztes Leben und Arbeiten“ zu werden, stellen wir eine langfristige Kundenbeziehung konsequent in den Mittelpunkt unserer Arbeit. Mit der Verbesserung der Nachhaltigkeit unserer Produkte und Dienste wollen wir unseren Kunden einen Konsum ermöglichen, der die natürlichen Ressourcen schont. In unserer Kundenkommunikation sprechen wir gezielt das Thema Nachhaltigkeit an, um das Bewusstsein der Menschen für soziale und ökologische Belange zu schärfen. Wir erforschen und entwickeln innovative umwelt- und klimafreundliche ICT-Lösungen, um den Wandel hin zu einer digitalen Gesellschaft positiv mitzugestalten.

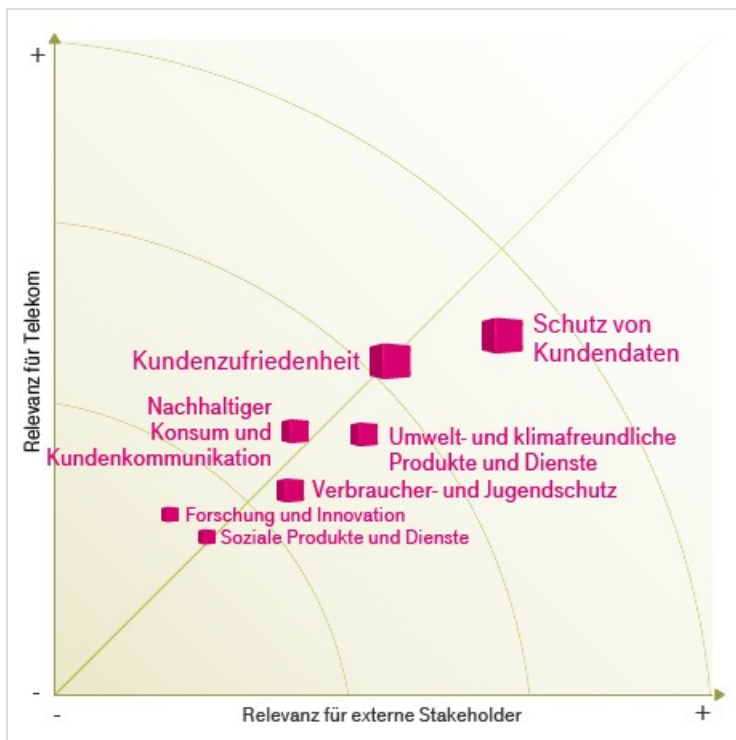


Sensibler Umgang mit Kundendaten

Ellen Mayer, Senior Analyst, oekom research AG Rating Agentur für Nachhaltigkeit, diskutiert mit Dr. Klaus-Dieter Ulmer, Konzernbeauftragter Datenschutz Deutsche Telekom, Art, Umfang und Wirksamkeit der aktuellen Datenschutz-Maßnahmen des Konzerns.

Was sind die wesentlichen Themen im Kapitel „Kunden“?

Das Ergebnis unserer Abfrage bei internen und externen Stakeholdern finden Sie hier.



Wie wir die wesentlichen Themen bestimmt haben.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign

Grundlagen für Produktentwicklung und Produktdesign.

Privater Konsum trägt vor allem in entwickelten Ländern stark zum Anstieg der CO₂-Emissionen bei: Nach Angaben des Umweltbundesamtes sind beispielsweise in Deutschland die Privathaushalte für rund 40 Prozent der bundesweit ausgestoßenen Treibhausgase verantwortlich. Bewusste Konsumentenscheidungen können somit maßgeblich zum Schutz von Klima und Umwelt beitragen.

Die Telekom sieht sich in der Verantwortung, durch die Verbesserung der Nachhaltigkeit des Produktportfolios zu einem klimaverträglichen Konsum beizutragen und somit eine klimafreundliche Gesellschaft zu ermöglichen. In diesem Zusammenhang gleichen wir auch vermehrt unvermeidbare CO₂-Emissionen durch Klimaneutralstellungen aus.

Neues Programm „Nachhaltiges Produktportfolio“.

Der systematische Auf- und Ausbau eines Angebots an klimafreundlichen Produkten und Diensten ist ein entscheidender Schritt hin zu unserem Ziel, bis zum Jahr 2015 eine CR-Vorreiterrolle einzunehmen.

Im Jahr 2010 haben wir das bis 2012 angelegte Programm „Nachhaltiges Produktportfolio“ angestoßen, um die Nachhaltigkeitseigenschaften unserer Produkte zu verbessern. Wir streben an, unseren Kunden mit attraktiven, ethisch und ökologisch hochwertigen Produkten einen nachhaltigen Lebensstil zu ermöglichen. Zugleich wollen wir die Kundenzufriedenheit erhöhen und die gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen unserer Produkte minimieren.

Produktentwicklung: Nachhaltigkeit ganzheitlich betrachtet.

Im Rahmen des Programms „Nachhaltiges Produktportfolio“ arbeitet der CR-Bereich mit zahlreichen Abteilungen wie Product & Innovation, dem Vertrieb und dem Einkauf zusammen. Dem Programm kommt eine Schlüsselrolle bei der Realisierung des CR-Anspruchs „Führend sein“ zu, da es die nächste Reifestufe des nachhaltigen unternehmerischen Handelns darstellt und diesen mit dem Unternehmenszweck verbindet.

In den Jahren 2010 bis 2012 sollen im Rahmen des Programms „Nachhaltiges Produktportfolio“ folgende Ergebnisse erreicht werden:

- Definition von Nachhaltigkeitseigenschaften von Produkten
- Verankerung von Nachhaltigkeit in produktrelevanten Kernprozessen und Zielen
- Vorbereitung der Mitarbeiter auf entsprechende Neuerungen
- Implementierung eines Bewertungsprozesses
- Etablierung eines CR Key Performance Indikators „Sustainable Products“
- Verbesserung der Kundenkommunikation

Ein weiteres Ziel ist die Stärkung des Vertrauensaspekts der Marke T, um die Deutsche Telekom für ihre Kunden als nachhaltiges Unternehmen erlebbar zu machen. Damit können wir uns vom Wettbewerb abheben und uns als Premiummarke positionieren.

Erste Projektphase 2010: Basis schaffen.

Die erste Phase im Jahr 2010 diente dazu, unsere Business-to-Consumer-Produkte hinsichtlich ihrer Nachhaltigkeit bewertbar zu machen. Gemeinsam mit internen und externen Stakeholdern wurden ökologische sowie individuelle und gesellschaftliche Nachhaltigkeitskriterien und Indikatoren für die Produktbewertung und Produktentwicklung definiert. Die Qualität und die Akzeptanz sicherten wir durch einen iterativen Prozess mit internen und externen Stakeholdern. Die Indikatoren zu den Kriterien wurden intern im Rahmen von mehreren Feedbackrunden verfeinert und der kritischen Betrachtung von externen Stakeholdern unterzogen.

Zweite Projektphase: Maßnahmen umsetzen.

In der zweiten Phase in den Jahren 2011 und 2012 geht es darum, das Erreichen der Programmziele sicherzustellen. Hierfür soll Nachhaltigkeit in den relevanten Produktentwicklungs-, Auswahl- und Vertriebsprozessen sowie in der Marktkommunikation verankert werden.

Integration von CR im Design.

Seit Ende 2009 gelten für die Produktentwicklung bei der Telekom die verbindlichen „Design Principles der Deutschen Telekom“, die im Einklang mit der Konzernstrategie stehen. Das oberste Prinzip „Handle verantwortungsvoll. Denke global.“ wurde aus der CR-Strategie abgeleitet.

Die „Design Principles der Deutschen Telekom“ wiederum bilden das inhaltliche Fundament für den sogenannten Experience Style Guide der Deutschen Telekom und die „Sustainability Guideline for

Product Design". Die im Experience Style Guide festgelegten Gestaltungsrichtlinien werden verbindlich für die gesamte Produktentwicklung gelten und sollen ein konsistentes Nutzungserlebnis von Hard- und Software-Angeboten der Telekom gewährleisten. Da er aus den Design-Prinzipien abgeleitet wurde, steht der Experience Style Guide im Einklang mit den Nachhaltigkeitsaspekten der Deutschen Telekom. Die „Sustainability Guideline for Product Design“ wird im Laufe des Jahres 2011 im Rahmen des Programms „Nachhaltiges Produktportfolio“ durch das Öko-Institut überprüft und anschließend aktualisiert.

Auf einen Blick: „Design Principles der Deutschen Telekom“

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

Im Berichtszeitraum kamen im Rahmen von Pilotprojekten diese Prinzipien erstmals zur Anwendung:

- Bei der Entwicklung des Media Receivers für unsere Entertain-Produkte, der den Fernseher mit dem Internet verbindet, wurden ökologische Kriterien definiert, mit unseren Lieferanten abgestimmt und realisiert.
- In der Weiterentwicklung von Effizienzanforderungen für das Terminal Management, mit dem mehrere mobile Geräte zentral programmiert und verwaltet werden können.

Der Experience Style Guide wird im Laufe des Jahres 2011 in den Landesgesellschaften verankert. Basierend auf dem Style Guide werden die Produktspezifikationen aller Produkte in Hard- und Software entsprechend angepasst. So werden eine durchgängige Nachhaltigkeit und ein einheitliches Nutzungserlebnis für das gesamte Portfolio der Deutschen Telekom gewährleistet.

T-Systems: Aufbau eines nachhaltigen Portfolios.

Großkunden bietet T-Systems schon heute integrierte Lösungen für die vernetzte Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft. Um den gestiegenen Anforderungen ihrer Kunden Rechnung zu tragen, hat die Großkundensparte der Telekom Anfang 2010 fünf neue strategische Leitthemen zur Stärkung einer nachhaltigen Produktentwicklung festgelegt. Die sogenannten Core Beliefs wurden aus wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Megatrends abgeleitet.

Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung fest integriert .

Mit dem fünften Leitthema „Sustainability & Corporate Responsibility“ trägt T-Systems zur Umsetzung der CR-Strategie des Telekom Konzerns bei. Das Unternehmen unterstützt seine Kunden dabei, natürliche Ressourcen zu schonen und zugleich Kosten zu reduzieren – beispielsweise durch die Umstellung von Papierpost auf E-Mails. T-Systems bietet diesem Leitthema entsprechend auch für das Gesundheitswesen eine Reihe innovativer ICT-Lösungen an.

Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste.

Mit einem wachsenden Angebot an nachhaltigen Produkten und Diensten unterstützen wir Millionen von Kunden effektiv dabei, Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung zu übernehmen. Sowohl Privats als auch Geschäftskunden können mithilfe unserer innovativen ICT-Lösungen den Energieverbrauch senken und CO₂-Emissionen verhindern – zugunsten von Umwelt und Klima. Wir arbeiten kontinuierlich daran, die Umweltauswirkungen unserer Produkte und Dienste weiter zu verringern und deren Klimabilanz zu verbessern.

Messung des CO₂-Fußabdrucks von Produkten.

Die Lebenszyklen von Produkten und Dienstleistungen – von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung – verursachen CO₂-Emissionen. Diese werden mithilfe eines sogenannten CO₂-Fußabdrucks (Product Carbon Footprint) dargestellt. Informationen über den CO₂-Fußabdruck von Produkten können unseren Kunden zukünftig eine Orientierungshilfe für nachhaltigen Konsum geben.

Projekt PCF: Standards zur CO₂-Berechnung schaffen.

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

Neben dem Projekt PCF engagiert sich die Telekom in weiteren Initiativen für die Weiterentwicklung branchenweiter Standards, wie zum Beispiel in der Greenhouse Gas (GHG) Protocol Initiative.

Ermittlung des CO₂-Fußabdrucks von Call & Surf.

Die Telekom und neun weitere Unternehmen haben im Jahr 2008 im Rahmen des Projekts PCF ein Pilotprojekt durchgeführt, in dem die Carbon Footprints von 15 ausgewählten Produkten ermittelt wurden. Im Fall der Telekom handelte es sich um den CO₂-Ausstoß, den ein Kunde verursacht, wenn er mit einem Call & Surf-Anschluss im Festnetz telefoniert und mit einer Flatrate im Internet surft. Aktuelle Analysen zeigen, dass 50 Kilogramm CO₂ durch das Netz und 53 Kilogramm CO₂ durch Herstellung, Betrieb und Entsorgung des Routers verursacht werden. Diese Ergebnisse haben wir zum Anlass genommen, den CO₂-Fußabdruck unserer Router zu optimieren.

Download: Dokumentation: Call & Surf Comfort

Download: Ergebnisposter: Call & Surf Comfort

(Quelle: <http://www.pcf-projekt.de/main/press-and-documentation/case-studies/>)

Verkleinerung des CO₂-Fußabdrucks unserer Router.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, die CO₂-Emissionen im gesamten Lebenszyklus unserer Netzinfrastruktur zu verringern. Dazu gehört auch, Einsparpotenziale in der Infrastruktur beim Kunden zu realisieren. Einen ersten Erfolg konnten wir durch Gespräche mit unserem Lieferanten erzielen: Die Platine und das Gehäuse wurden verkleinert, sodass weniger Verpackung benötigt wird und auch durch den Transport weniger Ressourcen verbraucht werden. Außerdem wird der Media Receiver nun mit einer wasserlöslichen Lackierung überzogen, wodurch die Umwelt zusätzlich geschont wird.

Um auch den Betrieb der Router energieeffizient und CO₂-arm zu gestalten, arbeiten wir an der Entwicklung eines lastadaptiven Betriebsmodus, dem „Load Adaptive Mode“. Dieser sorgt mit seinem „Intelligent Power Down Mode“ dafür, dass die volle Leistungsfähigkeit des Routers nur dann zur Verfügung steht, wenn der Router tatsächlich genutzt wird. Dieser Modus kann auch in der Netzinfrastruktur der Telekom, wie zum Beispiel in Rechenzentren, für mehr Energieeffizienz sorgen. Die Entwicklung dieser Innovationen wollen wir bis zum Jahr 2012 abgeschlossen haben. Damit tragen wir unserer Selbstverpflichtung Rechnung, die wir mit der Unterzeichnung des „Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment“ eingegangen sind. Dieser branchenspezifische, freiwillige Verhaltenskodex sieht eine stufenweise Senkung des Energieverbrauchs in der Netzinfrastruktur vor.

Interviews mit Claudia Schwab

Was verstehen Sie unter klimaverträglichem Konsum?

Wie wird klimaverträglicher Konsum möglich?



Was muss bis 2020 passieren?

Was ist der Beitrag Ihrer Organisation zu klimaverträglichem Konsum?



Aktiver Klimaschutz durch „grünen Download“.

Die Download-Portale der Telekom – Gamesload, Musicload, Softwareload und Videoload – erzeugen gegenüber dem stationären Handel mit entsprechenden Produkten 80 Prozent weniger CO₂-Emissionen. Wir ermöglichen so unseren Kunden einen klimafreundlichen Konsum. Unter www.gruenerdownload.de kann sich jeder Kunde über die Vorteile klimaneutraler Downloads informieren.

Durch die Bereitstellung der Download-Portale entstehen unvermeidbare CO₂-Emissionen: Berechnungen zufolge werden die Load-Angebote der Telekom bis Ende 2011 zusammen voraussichtlich circa 775 Tonnen CO₂ erzeugen. Diese gleichen wir durch Investitionen in das Klimaschutzprojekt „Biomasse-Energie in Brasilien“ aus.

Virtueller Anrufbeantworter: Komfortabel Energie sparen.

Statt auf einen konventionellen Anrufbeantworter können Kunden der Deutschen Telekom Anrufe auf die sogenannte SprachBox umleiten lassen. Diese virtuelle Voice-Mailbox ist für alle Festnetz-Anschlüsse der Telekom in Deutschland kostenlos nutzbar. Indem auf die Nutzung eines Endgeräts verzichtet wird, werden wertvolle Ressourcen eingespart: Für die Bereitstellung der SprachBox wird etwa 27 Mal weniger Energie als bei der Herstellung und Nutzung konventioneller Anrufbeantworter benötigt und somit CO₂ eingespart.

Papierlose Rechnung: Umweltfreundlich und bequem.

Über 14 Millionen Kunden in Deutschland erhalten ihre Rechnung digital.

Bereits mehr als 14 Millionen Kunden der Telekom Deutschland lassen sich ihre Rechnung jeden Monat kostenlos per E-Mail zuschicken. Alternativ rufen sie ihre Daten im Kunden-Online-Portal ab. Das spart große Mengen an Papier und somit auch Wasser, Energie und weitere Rohstoffe, die zur Herstellung einer Papierrechnung benötigt werden.

Daneben entfallen auch die Transportwege bei der Zustellung, was maßgeblich CO₂-Emissionen spart. Nach einer Studie des Öko-Instituts e.V. wird die Umwelt durch Online-Rechnungen fünfmal weniger belastet als durch Papierrechnungen – vorausgesetzt, sie werden nicht ausgedruckt.

Download: Ökobilanzielle Analyse von Rechnung-Online im Vergleich zu Rechnung per Brief

T-Mobile Austria: Papierrechnung kostenpflichtig.

Die Landesgesellschaft T-Mobile Austria hat im Jahr 2008 ein papierloses Rechnungssystem eingeführt. So konnten bis Februar 2011 insgesamt 185 Tonnen Papier eingespart werden. Inzwischen nutzen drei Viertel der Kunden die Online-Rechnung.

T-Mobile Czech Republic: Online-Rechnung zugunsten von UNICEF.

Ressourcen schonen und zugleich hilfsbedürftige Familien unterstützen: Mit diesem Ziel startete die tschechische Landesgesellschaft im Mai 2010 eine Kampagne, in der sie ihre Kunden dazu aufrief, von der Papierrechnung auf den Online-Rechnungsservice umzusteigen. Für jede dadurch eingesparte Papierseite spendete T-Mobile Czech Republic eine Tschechische Krone an Projekte der Kinderhilfsorganisation UNICEF. Da jede Rechnung aus drei Seiten besteht, wurde eine große Menge Papier eingespart und entsprechend viel Geld für UNICEF gesammelt: Mit einer Summe von 223 023 Tschechischen Kronen (umgerechnet rund 9.160 Euro) konnte die Wasserversorgung von 880 hilfsbedürftigen Familien in Afrika sichergestellt werden.

PTC: Freiminuten für Online-Rechnungen.

Die polnische Gesellschaft PTC plant die Einführung elektronischer Rechnungen für ihre Privatkunden

im Januar 2011. Um die Umstellung auf die elektronische Rechnung attraktiver zu machen, bietet sie im Gegenzug ihren Kunden einmalig 60 Freiminuten an.

▼ Miete statt Kauf – zugunsten von Umwelt und Klima.

Seit 2009 bietet die Telekom Deutschland ihren Kunden einen Mietservice an, der einen Beitrag zur Vermeidung von elektronischem Abfall leistet. So können Endgeräte wie beispielsweise DSL -Router oder Media Receiver für einen gewünschten Zeitraum ohne Mindestvertragslaufzeit gemietet werden. Nach Ablauf der Mietdauer werden die Geräte zurückgesendet und stehen nach ihrer Aufbereitung zum Teil als Austauschgeräte wieder zur Verfügung. Das spart Ressourcen und erhöht die Wiedereinsatzmöglichkeiten der Geräte. Das neue Endgeräte-Servicepaket stößt auf reges Interesse: Seit dem Vermarktungsstart im April 2009 haben sich bereits im ersten Jahr mehr als eine Million Kunden für das attraktive Gesamtpaket aus Hardware und Service entschieden.

▼ De-Mail: Rechtsverbindlicher Datentransfer in Deutschland.

Die elektronische Kommunikation zwischen Privatpersonen, Unternehmen und Behörden nimmt rasant zu – begleitet von Gefahren für den Datenschutz. Durch das De-Mail-System, bei dem alle Daten verschlüsselt werden, können eine höhere Vertraulichkeit, Zuverlässigkeit und Sicherheit in der Datenübertragung sichergestellt werden. Mit der Verabschiedung eines entsprechenden Gesetzes Ende Februar 2011 wurde De-Mail rechtsverbindlich und damit gesetzlich der Papierpost gleichgestellt. Einen ersten Probetrieb von De-Mail führte die Deutsche Telekom in der T-City Friedrichshafen zwischen Oktober 2009 und März 2010 durch. Hierbei hat die Telekom bewiesen, dass T-Systems die Infrastruktur für eine rechtsverbindliche elektronische Kommunikation schaffen kann, die auch den Bedürfnissen der Kunden entspricht: 90 Prozent der Teilnehmer des Pilotprojekts in Friedrichshafen würden De-Mail ihren Geschäftspartnern weiterempfehlen. Die Markteinführung eines entsprechenden Angebots der Deutschen Telekom fand anlässlich der CeBIT im März 2011 statt. Seit Juli 2010 können sich Privatkunden der Deutschen Telekom unter www.de-mail.t-online.de eine De-Mail-Adresse reservieren.

▼ Videokonferenzen: Wichtiger Beitrag zum Klimaschutz.

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

Klimaneutrale Konferenzsysteme der Telekom.

Die Telekom bietet ihren Kunden seit mehreren Jahren die Möglichkeit, mithilfe von Telefon-, Web- und Videokonferenztechnologien Kosten und CO₂-Emissionen einzusparen. Alle Konferenzen lassen sich bequem über das Konferenzportal im Internet buchen und steuern. Für die Nutzung der Dienste müssen jedoch ICT-Ressourcen bereitgestellt werden, die ihrerseits Energie verbrauchen. Dieser Verbrauch wird seit 2009 durch die Telekom CO₂-neutral gestellt.

Im Zeitraum vom 1. September 2009 bis 31. Dezember 2010 wurden auf diese Weise 557 Tonnen CO₂ kompensiert. Da an den Standorten der Telekom in Deutschland die technische Infrastruktur für den Konferenzdienst ausgebaut wurde, stiegen der Stromverbrauch und somit auch der CO₂-Ausstoß im Jahr 2011 auf insgesamt 850 Tonnen. Unsere Kunden können im Internet anhand eines Vorteilsrechners schnell und einfach ermitteln, welches Reduktionspotenzial virtuelle Konferenzen im Vergleich zu Gesprächen vor Ort haben.

▼ TelePresence: Höchste Qualität in Ton und Bild.

Im September 2010 starteten wir in Deutschland den Vertrieb des neuen Dienstes TelePresence. Dieser bietet höchste Video- und Audioqualität und erzeugt trotz der räumlichen Distanz eine persönliche Konferenzatmosphäre. Das neue Angebot schafft somit einen noch höheren Anreiz, auf diese Weise Reise- und Personalkosten sowie CO₂ einzusparen.

Im Berichtszeitraum haben wir „TelePresence“ in acht deutschen Standorten flächendeckend eingeführt. 2011 wollen wir das Videokonferenzsystem an über 1 000 Lokationen weltweit anbieten und ein elektronisches Buchungssystem einführen.

▼ Massenmarktfähiger Smart-Metering-Service.

Die EU-Energieeffizienzrichtlinie legt fest, dass die Energieversorger ihre Privatkunden einmal im Monat über den aktuellen Strom- und Gasverbrauch informieren müssen. Dementsprechend ist in Deutschland gesetzlich vorgeschrieben, dass ab 2010 in Neubauten und bei Sanierungen Smart Meter, intelligente Stromzähler, eingebaut werden.

Bereits seit 2008 bieten wir in einem Pilotprojekt in der T-City gemeinsam mit den Stadtwerken Friedrichshafen einen Smart-Metering-Service an, den wir kontinuierlich ausbauen. Mit der Plattform Smart Metering & Home Management haben wir als erstes ICT-Unternehmen eine Lösung entwickelt, die auch für den Massenmarkt geeignet ist. Diese modular aufgebaute Datenkommunikationslösung ermöglicht Wohnungseigentümern, Messstellenbetreibern, Energieversorgern, Vertriebsgesellschaften und Verteilnetzbetreibern, ihren Endkunden Smart Metering anzubieten. So können Messstellenbetreiber

nicht nur wie bisher eine Vielzahl an Industriekunden versorgen, sondern diesen Service kosteneffizient auch ihren Tarifkunden anbieten.

Aktiver Beitrag zur Förderung einer klimafreundlichen Gesellschaft.

Die intelligenten Stromzähler sind eine wesentliche Voraussetzung, um entsprechende intelligente Netze, sogenannte Smart Grids, zu betreiben. Smart Metering trägt auf diese Weise zur Förderung erneuerbarer Energien und zum Klimaschutz bei, weil nur über Smart Grids die unterschiedlichen Energiequellen zukünftig optimal und komplementär genutzt werden können.

Um die CO₂-Emissionen, die beim Betrieb der Plattform Smart Metering & Home Management entstehen, zu kompensieren, investiert die Deutsche Telekom seit November 2009 in ein Biomasseprojekt in Brasilien.

Multimedianegebote:

Podcast Projektleiter Andreas Bentz berichtet live von der CeBIT 2009 über Smart Metering

Film zu Smart Grids

Erprobung von Smart Metering für Großkunden.

Die Deutsche Telekom schuf in einem Pilotprojekt eine erste Basis für die Realisierung erheblicher Einsparpotenziale: In 50 ausgewählten Filialen der Modekette KiK wurde ein Energiemanagementsystem mit Zählern, Kommunikationsboxen und Datenverbindungen installiert. Die Datenkommunikation zwischen Zähler und Zentrale erfolgt dabei über die Deutsche Telekom. Das Projekt wurde Ende Januar 2011 abgeschlossen. Ziel des Pilotprojekts war, einen differenzierten Überblick über das Verbrauchsverhalten von KiK zu erlangen. Auf Basis der Ergebnisse können die Bedarfssituation analysiert und der Energieeinsatz optimiert werden.

☑ Cloud Computing: Grüner Arbeiten mit virtuellem Rechner.

Das sogenannte Cloud Computing beruht auf dem Prinzip der Auslagerung von IT-Anwendungen und IT-Infrastrukturen in eine „virtuelle Wolke“. Das bedeutet, dass Software und Daten beispielsweise nicht mehr auf dem Bürocomputer bearbeitet werden, sondern auf einer externen Infrastruktur, beispielsweise in Rechenzentren von T-Systems. Die Großkundensparte der Deutschen Telekom bietet ihren Kunden Software und Rechenleistungen nach Bedarf aus dem Netz an.

Rechenzentren der Zukunft: Effizient und umweltfreundlich.

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

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

☑ T-Systems erschließt Cloud Computing für seine Kunden.

Seit 2004 bietet T-Systems seinen Kunden die Möglichkeit, auch unternehmenskritische IT-Dienste auf dynamische Plattformen zu verlagern. Diese Dynamic Services kennzeichnen ein „Private Cloud Computing“-Modell, bei dem die eingesetzten Ressourcen nach Verbrauch abgerechnet werden. Diese Art des dynamischen, netzbasierten Sourcing bietet Kunden bedeutende Vorteile:

- Ressourcen- und Kosteneinsparungen
- Reduktion des Pflege- und Wartungsaufwands
- Größere Flexibilität, etwa bei einer rasch veränderten Auftragslage oder für geschäftliche

Veränderungen

- Erfüllung gestiegener Compliance-Anforderungen, etwa durch gesetzliche Vorgaben
- Höchste Standards im Bereich der Datensicherheit und des Datenschutzes

Mittlerweile nutzen mehr als 100 Großunternehmen die Dynamic Services.

T-Systems erfüllt alle Anforderungen, die sich aus gesetzlichen Vorgaben im Zusammenhang mit Cloud Computing ergeben.

Strom und Hardware mit Dynamic Services sparen.

Lagern Kunden ihre Geschäftsapplikationen über die [Dynamic-Services-Lösung](#) an T-Systems aus, so wird durch modernste Virtualisierungstechnologien und hochgradige Automatisierung die von T-Systems bereitgestellte Hardware stets bestmöglich ausgelastet. Diese Lösung spart bis zu 80 Prozent Strom gegenüber der Nutzung eigener Computer und Server.

Papier sparen mit Managed Document Services.

Unternehmen schicken in Deutschland jährlich mehr als 800 000 Tonnen Papier durch ihre Drucker – Tendenz steigend. Dabei sollte in Zeiten nachhaltigen Wirtschaftens die Verbrauchskurve von Papier nach unten zeigen. Mit den Managed Document Services können T-Systems-Kunden ihren Papier- und Energieverbrauch senken, indem sie Arbeitsabläufe komplett oder in Teilen in einen digitalen Workflow überführen. Dies erlaubt es Unternehmen, ihren Ressourceneinsatz zu optimieren.

T-Systems übernimmt den gesamten Dokumentenprozess von der Digitalisierung über die Archivierung bis zum Versand von Dokumenten per E-Mail, als Brief oder als Webpage für das Internet. Alle Dokumente werden nicht nur in den digitalen Workflow des Kunden gespeist, sondern gleichzeitig revisionssicher archiviert. Dafür setzen Managed Document Services auf die qualifizierte elektronische Signatur und erfüllen gesetzliche Vorgaben, unter anderem die [„Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen \(GDPdU\)“](#).

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

Paper, Pen & Phone: Digitalisierung geschriebener Formulare.

Auch wenn immer mehr Geschäftsprozesse digitalisiert werden: In manchen Fällen, beispielsweise beim Abschluss von Verträgen, kann nicht auf Papierformulare verzichtet werden. T-Systems hat mit „Paper, Pen & Phone“ ein System entwickelt, das diese Prozesse optimiert. Die Einführung dieses Systems in allen deutschen Telekom Shops ermöglicht auch eine schnelle und effiziente Bearbeitung der Anliegen unserer eigenen Kunden.

Ein Spezialkugelschreiber zeichnet die biometrischen Daten des Schreibvorgangs auf. Er erfasst die Position auf dem Papier, indem eine Mikrokamera ein kaum sichtbares Punkteraster auf dem Formular liest. Dann werden die Daten in aller Regel per Bluetooth zum Mobiltelefon des Nutzers übertragen und von dort über eine mobile Datenleitung in das T-Systems-Rechenzentrum versandt. Binnen Sekunden erfolgt nach dem Ausfüllen eines Formulars die Weiterbearbeitung. Beispielsweise können Bestellungen über eine Schnittstelle direkt im SAP-System eines Unternehmens angelegt werden. Dadurch entfallen langwierige und kostenintensive Eingaben per Hand. Diese Prozesse ermöglichen eine CO₂-Reduktion um 90 Prozent im Vergleich zum herkömmlichen Einsatz von Papierformularen mit Durchschlägen, wie sie beispielsweise auch in großen Unternehmen für Lieferscheine immer noch häufig im Einsatz sind.

Ab 2011 auch für Kunden in Österreich verfügbar.

Im Februar 2011 haben T-Mobile Austria und T-Systems Austria eine Vertriebskooperation für „Paper, Pen & Phone“ geschlossen. Das System wurde – noch vor Unterzeichnung der Partnervereinbarung – bereits im Januar 2011 in Betrieb genommen.

Nachhaltiger Vertrieb: Unser Postversand ist klimaneutral.

GoGreen: 132 Tonnen CO₂ des T-Online Shops kompensiert.

Bereits seit 2008 verschicken wir in Deutschland alle Standardpakete über GoGreen, das klimaneutrale Versandangebot der Deutschen Post. Allein durch den Versand der Pakete vom T-Online Shop wurden im Jahr 2010 insgesamt 132 Tonnen CO₂ kompensiert.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Barrierefreie Produkte und Dienste

Barrierefreie Produkte und Dienste.

Moderne Kommunikationsmittel sind mittlerweile als wichtige Alltagshilfen nicht mehr wegzudenken. Um auch Menschen mit altersbedingten und körperlichen Einschränkungen den Umgang mit den neuen Medien zu erleichtern, entwickeln wir Produkte und Dienste, die ihren Bedürfnissen entsprechen – und arbeiten kontinuierlich daran, deren Nutzerfreundlichkeit weiter zu erhöhen. Zusätzlich bietet die Telekom konzernweit verschiedene Sozialtarife an, die zum einen einkommensschwachen Kunden, zum anderen Menschen mit Behinderungen Telefonieren und Surfen zu günstigeren Konditionen ermöglichen. Dies trägt gemäß unserer [CR-Strategie](#) dazu bei, dass möglichst viele Menschen die Chance erhalten, als Mitglieder der Informationsgesellschaft die vielfältigen Potenziale der neuen Medien zu nutzen.

☑ Handynutzung bis ins hohe Alter.

Ein großes Display, große Tasten und ein besonders lauter Rufton machen Mobiltelefone aus der Emporia-Serie zu bedarfsgerechten Mobiltelefonen für ältere Menschen. Die Bedienung wird durch einfache Anruf- und SMS-Funktionen erleichtert. Im Berichtszeitraum haben wir auch in weiteren Ländern, in denen wir aktiv sind, Handys für ältere Menschen auf den Markt gebracht und das Angebot um neue Modelle erweitert:

- Magyar Telekom in Ungarn und PTC in Polen bieten neben dem Emporia TALKpremium, das 2009 eingeführt wurde, ihren Kunden seit 2010 das leicht zu bedienende Handy emporiaELEGANCE an.
- Die griechische Gesellschaft Cosmote Greece vertreibt seit August 2010 das altersgerechte Handy ZTE S202.
- Im Juni 2010 folgte der Vertriebsstart des emporiaELEGANCE in Deutschland.
- Im August 2010 lief auch in der tschechischen Republik der Verkauf des Emporia TALKpremium bei T-Mobile Czech Republic an.

☑ Angebote für hör- und sehgeschädigte Menschen.

Slovak Telekom für Spezialtarife ausgezeichnet.

Bereits seit acht Jahren unterstützt die slowakische Landesgesellschaft gehörlose und hörgeschädigte Menschen durch vergünstigte Tarife, spezielle Daten-, SMS- und MMS-Dienste sowie E-Mail-Services. Diese Angebote hat sie in einer langjährigen Partnerschaft mit dem slowakischen Gehörlosenverband entwickelt.

Für die Bereitstellung der Spezialtarife wurde Slovak Telekom im Jahr 2010 mit dem „Via Bona Award 2009“ in der Kategorie „Award for Socially Responsible Market Operations“ ausgezeichnet.

Zusätzlich werden Vertriebsmitarbeiter in der Slowakei in der Gebärdensprache geschult. Slovak Telekom ist damit Vorreiterin in der Slowakei. Derzeit können in 67 Kundencentern von Slovak Telekom Menschen mit Hörbehinderungen bedient werden.

Auch im Rahmen ihres gesellschaftlichen Engagements setzt sich die slowakische Landesgesellschaft für die Belange gehörloser und hörgeschädigter Menschen ein. Im September 2010 startete Slovak Telekom die landesweite „[Seventh Sense Campaign](#)“, um die Öffentlichkeit für die Bedürfnisse hörgeschädigter und gehörloser Menschen zu sensibilisieren. Zudem bietet Slovak Telekom [Existenzgründungsseminare](#) an, in denen hörgeschädigte Menschen auf ihrem beruflichen Weg unterstützt werden.

T-Mobile Austria: Gehörlosen-Chat erfolgreich eingeführt.

Im Juni 2010 startete die österreichische Mobilfunkgesellschaft einen besonderen Service für Menschen mit eingeschränktem Hörvermögen: Sowohl Kunden als auch Nichtkunden können sich per E-Mail und im Chat an die Service-Hotline von T-Mobile Austria wenden. Die Service-Mitarbeiter vereinbaren dann in ihrem Auftrag beispielsweise einen Arzttermin. Nach den positiven Erfahrungen aus dem Pilotprojekt und mehr als 5 000 Anfragen bietet die Marke tele.ring seit dem Frühjahr 2011 diesen in Europa einzigartigen Service für 3 Euro monatlich an.

☑ Innovatives Lesegerät InformA der T-Labs.

Im Mai 2010 testeten drei deutsche paralympische Athleten ein innovatives Lesegerät, das die [Deutsche Telekom Laboratories \(T-Labs\)](#) gemeinsam mit der Freien Universität Berlin entwickelt hatten.

Die Lesehilfe namens InformA soll sehbehinderten Menschen den Alltag erleichtern: Mit einer integrierten Kamera können sie sich gedruckte Dokumente wie Briefe oder Beipackzettel automatisch vorlesen lassen. Das Gerät lässt sich auch mit dem Internet verbinden. So kann der Benutzer in komplizierten

Fällen – etwa bei einer Heizkostenabrechnung – ein Bild des Dokuments an ein CallCenter schicken und es sich vorlesen lassen. Das Gerät hilft sehbehinderten Menschen auch beim Lesen und Schreiben von E-Mails.

Während InformA von rund 50 Personen im Berichtszeitraum getestet wurde, arbeiteten Experten der Freien Universität Berlin an einer mobilen Version des Lesegeräts. Die Entwickler kooperierten dabei mit dem [Allgemeinen Blinden- und Sehbehindertenverein Berlin e. V.](#) und IBM.

▼ Konzernweites Angebot an Sozialtarifen.

Wie die folgenden Beispiele zeigen, bieten wir sowohl in Deutschland als auch in zahlreichen Landesgesellschaften Sondertarife an, die sich an zwei Zielgruppen richten: an Menschen mit niedrigem Einkommen und an Personen mit Behinderungen.

- Crnogorski Telekom stellt Menschen mit Behinderungen ADSL und mobiles Internet zu vergünstigten Tarifen zur Verfügung.
- In Griechenland gewährt Cosmote Arbeitslosen und Senioren ab 65 Jahren für ein Jahr einen Preisnachlass von 15 Prozent. Damit begegnet die griechische Landesgesellschaft der insbesondere durch die Finanzkrise eingeschränkten finanziellen Möglichkeiten ihrer Kunden.
- Bei der Telekom Deutschland haben [Sozialtarife](#) Tradition. Diese können von Privatpersonen mit einem Festnetz-Anschluss in Anspruch genommen werden, wenn sie über ein geringes Einkommen verfügen oder eine Behinderung haben.
- T-Mobile Czech Republic gewährt Menschen mit körperlichen Einschränkungen und Kriegsveteranen Rabatte. T-Mobile Kunden mit besonders geringem Einkommen können im Monat kostenlos im eigenen Netz 200 Minuten telefonieren und 200 SMS verschicken.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Kundenkommunikation

Kundenkommunikation.

Das Internet ist für Konsumenten zu einer der wichtigsten Informationsquellen geworden: Verbraucher tauschen sich immer häufiger in Blogs, Foren oder anderen Netzwerken über Produkte aus. Wir orientieren uns an den Bedürfnissen der Konsumenten und setzen Themen, die die Menschen bewegen, gezielt auf die Agenda. Dabei wollen wir unseren Kunden ein vertrauenswürdiger und zuverlässiger Kommunikationspartner sein.

In der Interaktion mit unseren Kunden nimmt insbesondere das Thema Nachhaltigkeit eine immer wichtigere Rolle ein. Deshalb haben wir im Herbst 2009 in Deutschland die auf mehrere Jahre angelegte Nachhaltigkeitsoffensive unter dem Motto „Große Veränderungen fangen klein an.“ gestartet. Auch zahlreiche internationale Landesgesellschaften haben sich im Berichtszeitraum mit Kommunikationskampagnen dafür eingesetzt, den Nachhaltigkeitsgedanken in der Öffentlichkeit stärker zu fördern.

☑ Deutschlandweite Offensive: Gemeinsam Großes bewegen.

Gemeinsam mit unseren mehr als 40 Millionen Kunden in Deutschland wollen wir einen Beitrag zu einer nachhaltigen Entwicklung leisten. Wir sind davon überzeugt, dass wir gemeinsam viel verändern können. Um unsere Kunden und die Öffentlichkeit zu aktivieren haben wir unter dem Motto „Große Veränderungen fangen klein an“ am 5. September 2009 eine breit angelegte Nachhaltigkeitsoffensive gestartet. Damit richten wir uns vor allem an die Endkunden: Wir wollen ihr Bewusstsein für einen verantwortungsvollen Konsum stärken und eine Verhaltensänderung hin zu einer nachhaltigeren Lebensweise bewirken.

Wechselnde Themenschwerpunkte mit großer Bandbreite.

Im Vorfeld der Offensive haben wir 16 thematische Schwerpunkte festgelegt und ihre Bedeutung für unsere Kunden im Rahmen einer Marktforschung getestet. Im Zentrum der multimedialen Kampagne stehen Themen wie die Handyrücknahme, klimaneutrale Downloads, die papierlose Rechnung oder Internetsicherheit für Kinder.

Informationsplattform im Netz.

Im Zentrum der Kampagne steht die Website telekom.com/nachhaltig-handeln. Hier wird eine Vielzahl an Möglichkeiten aufgezeigt, wie der Kunde über die Nutzung von ICT-Produkten und Angeboten der Telekom seinen Konsum nachhaltiger gestalten kann. Beispielsweise wird erklärt, wieviel Plastik vermieden wird, wenn statt des Kaufs einer CD Musik im Internet heruntergeladen wird. In verschiedenen Aktionen rufen wir die Menschen dazu auf, aktiv zu werden. Im Jahr 2010 haben wir besonders dafür geworben, Mobiltelefone zur Wiederverwertung zurückzugeben. 2011 integrieren wir zunehmend interaktive Angebote. So wird es ab dem Frühsommer beispielsweise möglich sein, ein persönliches Profil zu erstellen, an Mitmach-Aktionen teilzunehmen und Videos anzusehen. Dadurch wollen wir die Interaktion mit unseren Kunden erhöhen und die Seite attraktiver gestalten.

☑ genial@telekom: Ideenreichtum zum Thema Nachhaltigkeit.

Im Rahmen der deutschlandweiten Nachhaltigkeitsoffensive „Große Veränderungen fangen klein an.“ haben wir im Jahr 2010 einen internen Ideenwettbewerb ausgeschrieben. Alle Mitarbeiter in Deutschland konnten auf der internen Ideenplattform genial@telekom.de ihre Ideen zu den Themen Umweltschutz und gesellschaftliche Verantwortung hinterlegen und wurden nach ihren Meinungen zur Weiterführung der Nachhaltigkeitskampagne gefragt. Rund 350 Ideen wurden von Anfang September bis Anfang Oktober 2010 eingereicht.

Daraus wurden die besten Ideen ausgewählt und beim CR-Day der Telekom im November 2010 in Berlin ausgezeichnet. Zudem spendete die Telekom für jede eingereichte Idee 10 Euro an die Bundesvereinigung „Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung“. Der Spendenscheck in Höhe von insgesamt 3 500 Euro wurde am CR Day überreicht.

☑ Bulgarien: „Big changes begin with small steps“.

Nachhaltigkeitsoffensive zur Förderung des bewussten Konsum gestartet.

Die bulgarische Landesgesellschaft Globul startete im Berichtszeitraum eine Kampagne, in der sie für die Nutzung von E-Services – Online-Verträge und -Rechnungen – warb sowie die Internetsicherheit und den Umweltschutz thematisierte. Unter dem Motto „Big changes begin with small steps“ wurden auf der Internetseite der Nachhaltigkeitsoffensive beispielsweise die Handyrückgabe, Batterienrecycling, Musik-Download und Telefonkonferenzen ins öffentliche Bewusstsein gerückt.

☑ Nachhaltigkeitsoffensive „hello holnap!“ in Ungarn.

Anlässlich des dritten [Sustainability Day](#) im September 2010 startete Magyar Telekom die breit angelegte Nachhaltigkeitsoffensive „hello holnap!“ („hello tomorrow!“). Zum Auftakt schrieb die ungarische Landesgesellschaft gemeinsam mit der Klimaschutzorganisation [Vegyél Vissza!](#) einen Aufsatzwettbewerb aus. Schüler und Studenten zwischen 15 und 25 Jahren waren aufgerufen, ihren Beitrag zu der Frage „Was erwartet uns im Jahr 2020“ einzuschicken. Im Mittelpunkt der Texte standen Zukunftsszenarien von Ungarn vor dem Hintergrund des Klimawandels. Die Preisträger wurden im November 2010 mit Sachpreisen ausgezeichnet.

Multimediale Kampagne zur Verbreitung des Nachhaltigkeitsgedankens.

Am 27. Dezember 2010 startete Magyar Telekom im Rahmen von „hello holnap!“ eine breit angelegte Medienkampagne in Ungarn. In Rundfunk, Fernsehen und Internet wurde anhand von praktischen Beispielen dargestellt, wie jeder Einzelne zu einer nachhaltigeren Entwicklung beitragen kann. Unterstützung erhielt die ungarische Landesgesellschaft durch verschiedene Prominente, die ihre Vorsätze für ein ökologisches und nachhaltiges Verhalten für das neue Jahr vorstellten.

Auf der Website der Offensive www.helloholnap.hu wird dargestellt, wie das Unternehmen jeden Einzelnen bei einem nachhaltigeren Lebensstil unterstützt. Zudem wird über die Nachhaltigkeitsleistung des Unternehmens berichtet. Bis Ende Februar 2011 konnte jeder, der sich einbringen wollte, Video- oder Audiobeiträge zum Thema Nachhaltigkeit veröffentlichen. Die besten Einsendungen wurden mit Sachpreisen ausgezeichnet.

☑ Recyclingkampagnen in Griechenland und Bulgarien.

Am 5. Juni 2010 schaltete Cosmote Greece im Rahmen des Recyclingprogramms „Join Us in Recycling“ mehrere Werbespots, die ein größeres Bewusstsein für den Wert von Altgeräten und nicht mehr gebrauchtem Zubehör schaffen sollten. Dieser Beitrag der griechischen Gesellschaft zum „Tag der Umwelt“, der vom Umweltprogramm der Vereinten Nationen ausgerufen worden war, zeigte Wirkung: Im Anschluss an die Kampagne stieg der Absatz von Handys, die Recyclingmaterialien enthalten, deutlich an.

Die bulgarische Tochter der Cosmote-Gruppe, Globul, startete im Oktober 2010 ebenfalls eine Nachhaltigkeitskampagne: In [Anzeigen](#), einem [Fernsehspot](#) und in Kundencentern informierte sie die Verbraucher über ein breites Themenspektrum - insbesondere umweltfreundliche Serviceangebote wie Online-Rechnungen, die [Rücknahme von Mobiltelefonen](#) oder Telefonkonferenzen wurden vorgestellt.

☑ Montenegro: Kampagne für bürgerschaftliches Engagement.

„Superhero“: Das war der Titel einer Kampagne für gesellschaftliches Engagement, die die Crnogorski Telekom in Montenegro im Juli und August 2010 durchführte. Darin wurde gezeigt, dass jeder Einzelne auch im Kleinen gute Taten vollbringen kann. Auch seine eigenen Mitarbeiter adressierte das Unternehmen. Mit Erfolg: Zahlreiche Beschäftigte haben sich gemeinsam mit 100 Freiwilligen an einer Flusssäuberungsaktion beteiligt und pflegten darüber hinaus auch eine historische Stätte in der Nähe von Podgorica.

☑ Deutschland: Singen für bedürftige Kinder.

Anlässlich der Einführung des neuen [Telekom Music Shop](#) im November 2010 startete die Telekom in Deutschland die Aktion „Million Voices“: Gemeinsam mit dem bekannten deutschen Musiker Thomas D riefen wir die Menschen dazu auf, ihre Interpretation des Lieds „7 Seconds“ aufzunehmen und an die Telekom zu schicken. Bis zum Jahresende 2010 gingen 12 000 Videobeiträge ein und bildeten zusammen einen großen Online-Chor. Daraus wurde der Song „Million Voices (7 Seconds)“ produziert und kostenpflichtig im [Telekom Music Shop](#) zum Download bereitgestellt. Zusätzlich ist er auch über die Plattform musicload.de und im Handel erhältlich. Der Erlös aus dem Verkauf dieses Lieds kommt zur Gänze der Organisation [Bild hilft e.V. „Ein Herz für Kinder“](#) zugute. In Fortsetzung dieser erfolgreichen Aktion werden wir im Jahr 2011 „Million Voices“ fortsetzen. Beispielsweise wird eine Langfassung des TV-Spots mit neuen Teilnehmerbeiträgen erstellt.

☑ Cosmote-Gruppe: Neujahrsaktion mit Tradition.

Bereits seit zwölf Jahren verschicken Kunden von Cosmote in Griechenland ihre Neujahrsgrüße per Mobiltelefon für einen guten Zweck: Ein Großteil der Gebühren für alle zwischen null und sieben Uhr am 1. Januar versendeten SMS und Multimedia-Nachrichten kommen dabei NGOs zugute, die sich um Kinder kümmern. Darüber hinaus spendete Cosmote einer Kinderhilfsorganisation den gleichen Betrag, den das Unternehmen für Firmengeschenke aufgewendet hat. Im Jahr 2011 erhielten im Rahmen der Neujahrsaktion acht griechische Organisationen, die sich insbesondere für kranke und behinderte Kinder einsetzen, insgesamt 320 000 Euro. Cosmote Romania und AMC in Albanien beteiligten sich 2011 zum dritten Mal in Folge an der jährlichen Aktion und spendeten 56 000 Euro für gemeinnützige Zwecke.

☑ Soziale Netzwerke: Authentische und direkte Interaktion.

Wir wollen Kunden auf den unterschiedlichsten Wegen die Möglichkeit geben, mit uns in Kontakt zu

treten. Neben den bisherigen Serviceangeboten stehen wir ihnen auch auf verschiedenen Internetplattformen zur Verfügung. Einen transparenten und offenen Dialog in persönlicher Atmosphäre pflegen wir sowohl über Facebook als auch über Twitter. Unsere Präsenz in diesen Netzwerken findet immer mehr Anhänger:


- Die Seite „[Deutsche Telekom AG](#)“ auf Facebook hat bereits mehr als 9 000 Fans
- Auf Twitter verfolgen mehr als 16 400 „Follower“ unser Profil „[Deutschetelekom](#)“.

Auch unsere [Kundenhilfe](#) ist über Facebook und Twitter erreichbar und erfreut sich zunehmender Beliebtheit:

- Die Seite „[Telekom-hilft](#)“, über die das Telekom Service-Team seit September 2010 Fragen zu Produkten und Services beantwortet, hat bereits über 3 000 Fans.
- Die Kundenhilfe kann ebenfalls über [Twitter](#) kontaktiert werden. Auf Twitter folgen mittlerweile rund 1 200 Nutzer den Meldungen des Konzerns.

Daneben haben wir eine weitere innovative Facebook-Seite aufgebaut: [Developer Garden](#). Auf dieser Seite können Entwickler von Applikationen, sogenannter Apps, Software downloaden, sich austauschen und über ihre [neuen Ideen berichten](#).

Multimediaangebot: [Film „Telekom im Web 2.0“](#)

 [MachMitMob](#) – 140 Zeichen für Nachhaltigkeit.

16. Juli 2010: Über 1 300 Beiträge machen Nachhaltigkeit zu einem Top-Thema auf Twitter in Deutschland.

16 Mitarbeiter der Telekom Deutschland haben 2010 mit ihrer Twitter-Aktion [MachMitMob](#) ein Zeichen für Nachhaltigkeit gesetzt. Unter dem Motto „Was tut ihr für die Nachhaltigkeit“ initiierten sie einen virtuellen Flashmob – eine Art Online-Demonstration. Dem Aufruf folgten neben privaten Anhängern auch Organisationen und Unternehmen.

Am 16. Juli 2010 konnten alle Interessierten 24 Stunden lang in jeweils 140 Zeichen ihre Gedanken, Tipps und Erfahrungen zum Thema Nachhaltigkeit mitteilen. Mit über 1 300 sogenannten Tweets avancierte das Thema Nachhaltigkeit damit zu einem der am häufigsten auf Twitter aufgerufenen Begriffe des Tages in Deutschland.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Handy- und Telefonrücknahme

Handy- und Telefonrücknahme.

Die Deutsche Telekom fördert die Weiterverwendung und das Recycling gebrauchter Handys. Gemeinsam mit ihren Kunden leistet sie dadurch einen wichtigen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen und zum Klima- und Umweltschutz. Im Sinne der Nachhaltigkeit ist für die Deutsche Telekom die Weiterverwendung von gebrauchten, funktionstüchtigen Handys ein zentrales Anliegen. Denn eine möglichst lange Nutzung erhöht die Ökobilanz von Mobiltelefonen deutlich.

Im April 2010 haben wir im [Changemaker Manifest von Utopia](#) das Ziel festgelegt, in den folgenden ein bis zwei Jahren rund eine Million Althandys zu sammeln. Ein erstes Etappenziel konnte bis Ende 2010 erreicht werden: Insgesamt wurden rund 250 000 Handys der Weiterverwendung oder dem Recycling zugeführt. Das entspricht einer Vervielfachung der Rücknahmequote von 2009.

Auch andere Unternehmen in Deutschland orientieren sich an diesem Vorbild und realisieren ähnliche Handyrücknahmeaktionen, mit deren Hilfe sie sich im gesellschaftlichen Raum engagieren.

CR KPI „Take-Back Mobile Devices“.

Um der hohen Relevanz der Handyrücknahme Rechnung zu tragen, haben wir im Berichtszeitraum mit dem CR Key Performance Indikator „[Take-Back Mobile Devices](#)“ eine entsprechende Kennzahl eingeführt. Dieser stellt die gesammelten Mobilfunkgeräte – gemessen in Stückzahl und dem Äquivalent in Kilogramm – der Anzahl der Kunden einer Konzerngesellschaft gegenüber.

Wertvolle Rohstoffe in Deutschlands Schubladen.

Alte Festnetztelefone zu 99,52 Prozent weiterverwertet.

Rund ein Drittel aller Handybesitzer bewahren ihre alten Geräte zu Hause auf, anstatt sie wiederverwerten zu lassen. In einer repräsentativen Umfrage Ende 2010, die vom Branchenverband [Bitkom](#) in Auftrag gegeben wurde, gaben sogar 4 Prozent der Befragten an, dass sie unbrauchbare Handys in den Hausmüll werfen.

Das ist nicht nur schädlich für die Umwelt, sondern auch eine Verschwendung wertvoller Ressourcen. Über 80 Prozent der in Mobiltelefonen enthaltenen Rohstoffe können heute wiederverwertet werden. Unter der Annahme, dass es in Deutschland etwa 72 Millionen ungenutzte Handys gibt, könnte durch Handyrecycling eine beeindruckende Summe an wertvollen Rohstoffen gewonnen werden: rund 3,6 Tonnen Gold, 36 Tonnen Silber und 2 180 Tonnen Kupfer. Angesichts eines weltweit steigenden Bedarfs in der Herstellung von ICT-Geräten stellt Elektroschrott somit eine unverzichtbare Rohstoffquelle dar.

[Metalle und Erze](#) werden oftmals unter für Mensch und Umwelt problematischen Bedingungen gewonnen. Vor diesem Hintergrund sind die Rücknahme, Weiterverwendung und das Recycling von ausgedienten ICT-Produkten von großer Bedeutung. Ein Teil der hochwertigen zurückgegebenen Handys kann nach wenigen Reparaturen und der Löschung aller persönlichen Daten weiterverwendet werden. Funktionstüchtige Handys können dann beispielsweise von Menschen in Asien oder Afrika kostengünstig erworben werden. Defekte Geräte und Handys, deren Reparaturen oder Datenlöschung zu aufwendig sind, werden dem Recycling zugeführt.

Die Deutsche Telekom nimmt auch alte Festnetz-Telefone zurück und lässt sie recyceln. So wurden im Jahr 2010 die in Deutschland zurückgenommenen Festnetz-Telefone zu 99,52 Prozent weiterverwertet.

Gesetzliche Bestimmungen zur Altgeräterücknahme.

Gemäß der europäischen Elektronikschrottrichtlinie und der WEEE-Direktive (Waste Electrical and Electronic Equipment) sind Hersteller von Elektro- und Elektronikgeräten in Europa verpflichtet, Altgeräte kostenlos zurückzunehmen und fachgerecht zu entsorgen. Die Deutsche Telekom engagiert sich über diese gesetzlichen Bestimmungen hinausgehend mit aufwendigen Kampagnen und gezielten Aktionen für die Sammlung von alten Geräten. Unserer gesetzlichen Verpflichtung, den Verbrauchern Hinweise zur sachgerechten Entsorgung von Elektroprodukten zu geben, kommen wir mit einem entsprechenden Schreiben nach, das jedem neuen Gerät beigelegt wird.

Eine besondere Herausforderung bei der Handyrücknahme ist der Datenschutz. Um diesen sicherzustellen und den Missbrauch von Kundendaten zu vermeiden, ist der Bereich Datenschutz und Datensicherheit der Telekom in das Rücknahmesystem eingebunden.

Bewusstsein für nachhaltigen Konsum stärken.

Wir wollen die Verbraucher zu einem bewussten und verantwortungsvollen Umgang mit ICT-Produkten motivieren. Mithilfe vielfältiger Aktionen im Rahmen der Nachhaltigkeitsoffensive wollen wir ein größeres Bewusstsein dafür schaffen, wie wichtig – und einfach – es ist, Ressourcen zu schonen. So haben wir im Berichtszeitraum auch im Zuge der Nachhaltigkeitsoffensive für die Rückgabe gebrauchter Handys geworben.

Vielfältige Rücknahmeaktionen der Telekom in Deutschland.

Bereits seit sieben Jahren rufen die Deutsche Umwelthilfe (DUH) und die Telekom Deutschland gemeinsam zur Handyrückgabe auf. Für die Rückgabe alter Geräte stehen mehrere Wege offen:

- Geräte können in Telekom Shops abgegeben werden.
- Mobiltelefone können portofrei per Post an die Deutsche Telekom geschickt werden. Hierfür bieten wir Adressaufkleber als Download an.
- Bei einer Stückzahl von zehn oder mehr Handys besteht das Angebot einer kostenlosen Abholung durch einen Logistikpartner.
- Über ein Portal können Kunden hochwertige gebrauchte Handys gegen einen Gutschein für den Telekom Shop eintauschen. Für jedes eingetauschte Handy werden 5 Prozent der Erlöse an eine gemeinnützige Organisation gespendet. Darüber hinaus können Kunden freiwillig einen Teil oder den gesamten Erlös an die DUH oder an „Ärzte für die Dritte Welt“ spenden.

Im Berichtszeitraum haben wir außerdem verschiedene Aktionen durchgeführt, um möglichst viele Handys zu sammeln:

„Bringen und gewinnen“.

Vom 2. bis 15. August 2010 warb die Telekom Deutschland unter dem Motto „Bringen und gewinnen“ über verschiedene Kanäle – Fernsehen, Internet, Radio – und in der direkten Kundenkommunikation für die Rückgabe alter Mobilfunkgeräte. Begleitet wurde diese Medienkampagne von verschiedenen Aktionen in Telekom Shops und einem Preisausschreiben.

Postwurfsendungen und Medienkooperation.

- Im September und Oktober 2010 wurden insgesamt drei Millionen Flyer mit Gewinnspielkarte und frankierter Rücksendetasche an Haushalte in Deutschland verteilt. Kunden konnten attraktive Sachpreise gewinnen, wenn sie alte Geräte bis zum 15. Oktober 2010 an die Telekom schickten.
- Ebenfalls mit einer Auflage von drei Millionen wurden zur Weihnachtszeit im Jahr 2010 Flyer mit einer frankierten Rücksendetasche an Haushalte entlang der Elbe verteilt. Bei dieser Aktion wurde der gute Zweck – die Spenden an „Ärzte für die Dritte Welt“ und das Projekt „Lebendige Elbe“ der DUH – als Anreiz für die Handyrückgabe in den Mittelpunkt gestellt.
- Im Rahmen einer Medienkooperation mit der Zeitschrift „Focus Schule“ rief die Telekom alle Schulen in Deutschland auf, alte Handys zu sammeln. Ein „Lernatlas“, ein Themenheft, in dem die Handyrücknahme redaktionell aufbereitet wurde, erschien Ende September 2010. Insgesamt beteiligten sich 300 Schulen an der Aktion und stellten Sammelboxen auf. Unter den teilnehmenden Schulen wurden insgesamt 10 000 Euro verlost.

Unterstützung für Ärzte in der Dritten Welt und Umweltprojekte.

Mit der Handyrücknahme der Deutschen Telekom wird nicht nur die Umwelt geschont. Denn aus den Erlösen spendet die Deutsche Telekom an gemeinnützige Organisationen wie die „Deutsche Umwelthilfe“ (DUH) oder „Ärzte für die Dritte Welt“.

Die DUH unterstützt mit den Spenden wichtige Naturschutzprojekte wie den Erhalt von natürlichen Flusslandschaften und Wäldern sowie Umweltbildungsprojekte. In den letzten Jahren konnten mehr als 700 Umwelt- und Naturschutzprojekte aus den Spenden der Deutschen Telekom finanziert werden. Die Mehrheit dieser Projekte wurde in Zusammenarbeit mit sogenannten Sammelgruppen in Schulen und regionale Umwelt- oder Naturschutzgruppen durchgeführt. Registrierte Sammelgruppen erhalten für jedes eingeschickte Handy eine Spende für eigene Projekte, beispielsweise Initiativen zur ökologischen Gestaltung von Schulgebäuden oder -höfen oder Umweltbildungsaktivitäten.

Die Hilfsorganisation „Ärzte für die Dritte Welt“ verbessert durch ehrenamtliche Einsätze von Medizinern die gesundheitliche Situation und die Lebensbedingungen von Menschen in Entwicklungsländern. Mit den Spenden aus der Handyrücknahme können so mobile Ambulanzen auf Mindanao (Philippinen) unterstützt werden, die dort zur medizinischen Grundversorgung der Menschen beitragen.

Recyclingaktion in Kroatien: Rabatt für Neugeräte.

T-Mobile Croatia, die Mobilfunksparte der T-Hrvatski Telekom, war das erste Unternehmen in Kroatien, das ausrangierte Mobiltelefone systematisch sammelt und recycelt – mit Erfolg: Seit 2005 konnten mehr als 100 000 Geräte wiederverwertet werden. Allein im Zeitraum vom 3. Mai bis 30. Juni 2010 wurden in

einer gemeinsamen Aktion mit Sony Ericsson 20 000 gebrauchte Geräte und Akkus gesammelt. Beim Kauf eines neuen Handys von Sony Ericsson wurde gegen Abgabe des Altgeräts ein Rabatt gewährt. Die Kunden konnten hierbei auch einen weiteren Beitrag zum Umweltschutz leisten, indem sie ein Modell von Sony Ericsson wählten, das unter Einsatz von Recyclingmaterial hergestellt wurde.

▼ T-Mobile Netherlands: Branchenaktion initiiert.

Am 5. Januar 2010 startete T-Mobile Netherlands zusammen mit der TNT Post das landesweite Handyrücknahmeprogramm „GSM Retourplan“. Bis Ende 2010 wollten die Kooperationspartner 100 000 Geräte sammeln. Dieses Ziel war jedoch zu ambitioniert – im ersten Jahr konnten rund 40 000 Stück der Wiederverwertung zugeführt werden. Die Partner werden ihr gemeinsames Vorgehen fortsetzen mit dem Ziel, 65 000 Handys bis zum Jahresende 2011 zu sammeln.

Die Erlöse kommen der Initiative „[War Child](#)“ und dem „[World Food Programme](#)“ zugute. An „GSM Retourplan“ beteiligen sich seit Ende 2010 zwei weitere ICT-Unternehmen. Gemeinsam wollen sie das wichtige Thema Handyrücknahme in den Niederlanden vorantreiben.

(nur in Niederländisch verfügbar)

▼ T-Mobile Czech Republic: Spenden und Rabatte.

Im Berichtszeitraum ging T-Mobile Czech Republic neue Wege, um Menschen zur Rückgabe alter Telefone zu bewegen: Die tschechische Landesgesellschaft bot auf einem Musikfestival den Besuchern die Gelegenheit, im Gegenzug zu Rabattcoupons ihre alten Handys abzugeben. Während des viertägigen Festivals konnten 355 Altgeräte gesammelt werden.

Auch Kunden in T-Mobile Shops erhielten im Zeitraum von 3. Juli bis 20. August 2010 für jedes abgelieferte Gerät ein Gesprächsguthaben. Im Laufe dieser Aktion wurden 2 379 Handys abgegeben. Für jedes abgegebene Handy spendete T-Mobile Czech Republic an ein Hilfsprojekt.

▼ T-Mobile USA: Umweltschutz und Bildungsförderung.

Mit dem Ziel, im Jahr 2010 eine Million Geräte zu sammeln, warb T-Mobile USA jeden Monat in E-Mails und SMS an Neukunden für das Handyrecycling. Auch auf der [Facebook-Seite](#) der US-amerikanischen Landesgesellschaft wurde das Thema aufgegriffen. Insgesamt wurden 191 000 gebrauchte Geräte im Jahr 2010 der Wiederverwertung zugeführt.

▼ Griechenland: Vielfältiger Einsatz zum Schutz der Umwelt.

Auch im Berichtszeitraum haben sich die Unternehmen der Cosmote-Gruppe für den Schutz der Umwelt und von Ressourcen eingesetzt.

- Cosmote Greece hat „[Join Us in Recycling](#)“, das Rücknahmeprogramm für Handys und Zubehör im Vertrieb und in den Büros von Cosmote und Germanos erfolgreich fortgesetzt. Rund 12 Tonnen gebrauchter Handys und 53 Tonnen Altbatterien wurden der Wiederverwertung zugeführt. Begleitet wurde die Sammelaktion von einer breit angelegten [Kommunikationskampagne](#). Darüber hinaus ließ Cosmote Greece 1 524 Druckerpatronen umweltschonend entsorgen.
- Globul in Bulgarien sammelte 2,8 Tonnen und Cosmote in Rumänien 200 Kilogramm Mobiltelefone und Zubehör.

Die griechische Landesgesellschaft OTE engagiert sich für die Wiederverwertung von Materialien bei der Erneuerung ihrer Netzwerke. Seit 2006 wurden 4 781 Tonnen Metall- und Kunststoffabfälle von einem zertifizierten Recyclingunternehmen wiederverwertet. In den Büros und Shops von OTE wurden im Jahr 2010 138 Tonnen Elektro- und Elektronikschrott gesammelt.

▼ PTC: Eineinhalb Tonnen Altgeräte und Batterien.

Bereits seit drei Jahren führt die polnische Landesgesellschaft PTC ein Recyclingprogramm für gebrauchte Mobiltelefone durch. In ihren Shops werden alte Batterien und Mobiltelefone gesammelt und der Weiterverwendung oder dem Recycling zugeführt. Im Jahr 2010 wurden mehr als 1 520 Kilogramm an alten Geräten und Zubehör gesammelt.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Verbraucherschutz

Verbraucherschutz.

Die Informations- und Kommunikationstechnologien bieten den Verbrauchern vielfältige Vorteile in der individuellen Verständigung mit anderen Menschen und in der Beschaffung und Verbreitung von Informationen. Damit können auch Risiken durch das eigene Verhalten oder das Handeln Dritter einhergehen. Von der Sicherheit persönlicher Daten über Transparenz in der Preisgestaltung bis hin zum Schutz von Kindern vor ungeeigneten Inhalten: Der Schutz ihrer Kunden ist für die Telekom ein wesentlicher Bestandteil gesellschaftlicher Verantwortung. Wir wollen allen unseren Kunden eine sichere und vertrauenswürdige Nutzungsumgebung schaffen. Mit diesem Bestreben gelingt es uns, neue – auch sensible – Dienste wie mobiles Bezahlen erfolgreich zu vermarkten. Dabei sind nicht nur die gesetzlich festgelegten Rechte der Verbraucher unser Maßstab: Wir wollen vor allem unseren eigenen hohen Standards und Werten gerecht werden.

Insbesondere Kindern und Jugendlichen wollen wir einen sicheren Umgang mit digitalen Medien ermöglichen. Zum einen stärken wir ihre Medienkompetenz. Zum anderen bieten wir Eltern beispielsweise in Deutschland mit spezieller Kinderschutz-Software effektive Instrumente an, mit denen sie eine altersgerechte Nutzung des Internet sicherstellen können.

▾ Verbesserung der Kostentransparenz im Mobilfunk.

Viele Dienstleistungen können bereits heute über das Handy bezahlt werden. Parkgebühren, U-Bahn-Fahrten oder auch Klingeltöne werden so über die Mobilfunk-Rechnung beglichen. Mobilfunkanbieter wie die Deutsche Telekom übernehmen dabei die Abrechnung zwischen Dienstleistungsanbieter und unseren Kunden auf Basis eines sogenannten Factoring-Vertrags.

Telekom schützt Kunden vor unseriösen Anbietern .

Jedoch sind nicht alle Angebote im Netz seriös. Immer wieder tappen Kunden in sogenannte Abofallen, wenn sich hinter scheinbar kostenlosen Angeboten kostenpflichtige Abonnements verbergen oder diese schon mit einem einfachen Klick abgeschlossen werden. Der Abrechnungsservice, der unseren Kunden eigentlich Komfort bieten sollte, hat daher in der Vergangenheit immer wieder negative Schlagzeilen gemacht: Aufgrund aktueller Vorfälle bei der Benutzung von Smartphones haben wir im Juli 2010 alle Vertragspartner im Mobilfunk aufgefordert, ihre Bestellabläufe bei Abonnements unverzüglich zu überprüfen und gegebenenfalls abzuändern. Alle unsere Inhalte-Partner wurden verpflichtet, eine doppelte Bestätigung und transparente Preis- und Aboangaben einzuführen. Sollten diese Anbieter gegen diese Vorschriften verstoßen, ziehen wir daraus Konsequenzen und bewahren unsere Kunden vor solchen Angeboten. Dabei werden Vertragsstrafen ausgesprochen, gegebenenfalls wird die Abrechnung zeitweise oder gänzlich eingestellt.

Ende des Jahres 2010 und Anfang 2011 kam es zu massiven Beschwerden unserer Kunden über ungerechtfertigte Abrechnungen über ihre Festnetz-Rechnung. Grundsätzlich ist die Telekom gesetzlich verpflichtet, diese Rechnungsdatensätze Dritter in die eigene Rechnung zu übernehmen. In diesem Fall hat ein Anbieter offensichtlich gegen den Willen unserer Kunden diese in ein „Gewinnspielregister“ aufgenommen und diese Leistung über unsere Rechnungen abgerechnet. Die Telekom hat daraufhin – in enger Zusammenarbeit mit der Bundesnetzagentur – ihre rechtlichen Mittel gegen dieses Unternehmen auf eigenes Risiko zum Schutz ihrer Kunden voll ausgeschöpft. Wir erwarten, dass wir solche offensichtlich rechtswidrigen Geschäftsmodelle somit generell unterbunden haben.

▾ Branchenweite Kooperation gegen Abofallen.

Immer wieder schließen Kunden ungewollt im Internet-Abonnementverträge ab, die über die Mobilfunk-Rechnung abgerechnet werden. Dabei können die Preise und Folgekosten nicht klar angegeben worden sein. Zum Schutz unserer Kunden und zur Steigerung des Kundenvertrauens in mobiles Bezahlen, haben die vier deutschen Mobilfunknetzbetreiber das „Kompetenzzentrum Mehrwertdienste“ etabliert. Damit wird für die webbasierte Online-Abrechnung für Inhalte wie Klingeltöne, Spiele und Gewinnspiele ein neuer Qualitätsstandard begründet. Im Zentrum steht eine einheitliche Bezahlmaske, die mit doppelter Bestätigung alle Anbieter solcher webbasierten Dienste dazu verpflichtet, wesentliche Informationen wie Preise, eventuelle Abonnementlaufzeiten und Kündigungsfristen transparent anzugeben. Für diese Kooperation, die im ersten Halbjahr 2011 voll ausgebaut werden soll, haben die beteiligten Unternehmen viel Lob seitens der Politik und von Verbraucherschützern erhalten.

▾ Kostenkontrolle bei Mobilfunknutzung im Ausland.

Überraschend hohe Roaming-Gebühren, die bei der Nutzung von Mobiltelefonen anfallen, werden bald der Vergangenheit angehören. Insbesondere die Datennutzung ist für viele Kunden oft unerwartet kostspielig geworden. Auf dem Mobile World Congress in Barcelona im Februar 2011 kündigte die Deutsche Telekom nun drastisch gesenkte und einfach zu kontrollierende Mobilfunkdatentarife an. Noch im Jahr 2011 können die Kunden fast aller europäischen Gesellschaften von diesem neuartigen Data-

Roaming-Modell profitieren. Die neuen günstigen Tarife werden jeweils in der gesamten EU gültig sein. Unsere Kunden können dann über eine Internetseite oder per SMS die Tarife buchen und sich danach fortlaufend über die entstehenden Kosten informieren. Zwei sogenannte Tagespässe gewähren Telekom-Kunden in Deutschland volle Kostenkontrolle für EU-weites Daten-Roaming. Mit „Travel & Surf“ wird die Telekom zum Sommer 2011 die erste Data-Roaming-Flatrate in der EU einführen.

☑ Weltweite Initiative zum Schutz privater Mobilfunkdaten.

Branchenweites Engagement für kundenfreundliche Datenschutzstandards.

Die Deutsche Telekom hat sich im Jahr 2010 aktiv an der „Mobile Privacy Initiative“ (MPI) beteiligt. Initiiert von der GSM Association (GSMA), konnte die MPI im Januar 2011 offiziell begründet werden. Die GSMA ist der 1987 gegründete weltweite Mobilfunkverband mit über 800 Mobilfunkanbietern. Ziel der MPI ist die Entwicklung von kundenfreundlichen Datenschutzstandards für internet- und multifunktionsfähige Handys, sogenannte Smartphones. Das zugrundeliegende System basiert auf unterschiedlichen und häufig über die Welt verteilte Anbietern von Endgeräten sowie darauf laufenden Betriebssystemen, Telekommunikationsdiensten, Softwareprogrammen (Apps) und Online-Diensten. Ziel ist die Etablierung kundenfreundlicher Standards, die von Produktentwicklern von Anfang an in den Produkten berücksichtigt werden.

Die im Januar veröffentlichten Privacy Principles der MPI, die international anerkannte hohe Datenschutzstandards berücksichtigen, bilden die Grundlage für detailliertere produktorientierte Richtlinien. So sind beispielweise Kunden klar und transparent darüber zu informieren, welche Daten gesammelt werden. Eine erste „Guideline für Entwickler von Softwareapplikationen“ befindet sich bereits in der Finalisierung und in der Konsultation mit interessierten Stakeholdern. Diese wird noch im Frühjahr 2011 mit ausgewählten Stakeholdern aus Wirtschaft, Politik, Datenschutzbehörden und NGOs diskutiert. Weitere Guidelines – zum Beispiel zu Location-based Services, also zu standortbezogenen Diensten – sollen folgen. Neben der Deutschen Telekom mit all ihren Mobilfunkbeteiligungen sind im Januar 2011 weitere international agierende Mobilfunkkonzerne beigetreten.

Download: [Mobile Privacy Principles](#)

☑ Freiwillige Verpflichtungen und Kodizes.

Wie in der folgenden Tabelle beispielhaft abgebildet, bekennen wir uns europaweit mit Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes für Verbraucherschutz auf hohem Niveau:

☑ Auf einen Blick: Beispiele für Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes zum Verbraucherschutz.

Beispiele zu Selbstverpflichtungen und Verhaltenskodizes zum Verbraucherschutz	
Datenschutz-Kodex für Geodatendienste mit BITKOM	Deutsche Telekom
Maßnahmen zur spezifischen Preiskontrolle in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen § 13 (3)	T-Mobile Austria
General Recommendations for the Provisioning of Audiotex Services	T-Mobile Czech Republic
General Rules of Provision of Premium Services (Premium SMS, Premium MMS)	T-Mobile Czech Republic
Verhaltenskodex Premium SMS/Mobile Dienste und webbasierte Dienste	Telekom Deutschland (Mobilfunk)
Code of Conduct for Value Added Services Provided through Mobile Phones and for the Protection of Minor Users	Cosmote Greece
Bill Limit Service	T-Hrvatski Telekom
Code of Conduct - Mobile Premium Services	Magyar Telekom (Mobilfunk)
Code of Ethics for Premium Rate Services	Magyar Telekom (Mobilfunk)
Anti Spam Policy	T-Mobile Macedonia
SMS Service Provision Code of Conduct	T-Mobile Netherlands
General Rules for Providing SMS Services by T-Mobile Slovensko for Not-branded Projects	Slovak Telekom (Mobilfunk)
Cellular Telecommunications & Internet Association's (CTIA) Wireless Consumer Checklist	T-Mobile USA
Cellular Telecommunications & Internet Association's (CTIA) Consumer Code for Wireless Service	T-Mobile USA

☑ eEtiquette: Bewusst und angemessen kommunizieren.



Chatten, E-Mail, Bloggen, Twittern: Die neuen Kommunikationskanäle und -mittel erfordern eigene Spielregeln. Eine Orientierungshilfe bietet die digitale „eEtiquette“: Entwickelt von der Deutschen Telekom unter Einbindung zahlreicher externer Stakeholder, will sie das Bewusstsein für



den Umgang mit neuen Kommunikationsmedien schärfen. Dies geschieht über eingängig und humorvoll formulierte Leitlinien. In der eEtiquette wird beispielsweise darauf hingewiesen, dass auf Facebook Daten nur ausgewählten Gruppen preisgegeben werden sollten. Außerdem können Nutzer auf einer eigenen [Facebook-Seite](#) und bei [Twitter](#) mitdiskutieren, die vorhandenen Leitlinien kommentieren und [neue Vorschläge einbringen](#).

[Download Poster mit einer Auswahl der 101 Leitlinien \(PDF 10MB\)](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Jugendmedienschutz

Jugendmedienschutz.

Für Kinder und Jugendliche gehört das Internet mittlerweile zum Lebensalltag. So waren einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest zufolge im Jahr 2010 beispielsweise Jugendliche im Alter von 18 und 19 Jahren täglich durchschnittlich fast 140 Minuten online.

Heranwachsende gehen zum Teil noch unbefangen mit den vielfältigen Möglichkeiten der neuen Technologien um. Neben der steigenden Zahl attraktiver und altersgerechter Angebote für Kinder und Jugendliche können sie im Internet auf Inhalte stoßen, die nicht ihrem Alter und Entwicklungsstand entsprechen. Zudem können sie sich dazu verleiten lassen, zu freizügig mit ihren privaten Daten umzugehen oder auch finanzielle Risiken durch Online-Spiele einzugehen.

Daher ist es essenziell, Kinder und Jugendliche zu einem verantwortungsvollen Umgang mit den neuen Medien zu befähigen und sie bei der Nutzung moderner Kommunikationsmittel zu schützen. Deshalb setzt die Deutsche Telekom auf einen Drei-Säulen-Ansatz im Jugendschutz. Hierzu gehören:

- **Attraktive und altersgerechte Angebote für Kinder im Internet** : Mit altersgerechten Websites und Inhalten, wie beispielsweise fragFINN.de, oder unserem seit 2004 bestehenden Kidsportal.wollen.wir, wollen wir Kindern und Jugendlichen spannende und attraktive Inhalte bieten.
- **Förderung der Medienkompetenz**: Wir fördern einen kompetenten und selbstbewussten Umgang mit Internet und Mobilfunk. Denn nur so können Kinder und Jugendliche lernen, Gefahren zu erkennen und Grenzen einzuhalten.
- **Angebot von nutzerautonomen Schutzinstrumenten**: Ein wichtiger Baustein ist, Nutzern Schutzinstrumente anzubieten. Mit der Kinderschutz-Software bietet die Telekom Deutschland bereits seit vielen Jahren eine zuverlässige Lösung an.

☑ Telekom Deutschland: Dialog mit Politik und Gesellschaft.

Um den Kinder- und Jugendschutz weiter voranzutreiben, ist ein Schulterschluss aller gesellschaftlichen Akteure unerlässlich. Deshalb setzt die Telekom auf Kooperationen mit Partnern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft.

Runder Tisch mit Bund und Ländern.

Seit 2009 nehmen wir am Multistakeholder-Dialog von Bund und Ländern zur Entwicklung des Jugendschutzsystems in Deutschland teil. Gemeinsames Ziel ist die Etablierung von einheitlichen Standards und Richtlinien. Im Berichtszeitraum konnte trotz konstruktiver Diskussionen kein Konsens erreicht werden: Im Dezember 2010 scheiterte die Novelle des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags, da der Landtag Nordrhein-Westfalens eine Ratifizierung verweigerte. Somit steht der intensive Dialog mit Stakeholdern aus Politik und Gesellschaft in Deutschland 2011 weiterhin auf der Agenda – auch für die Deutsche Telekom.

Sensibilisierung der Öffentlichkeit.

2010 haben wir die Öffentlichkeitsarbeit zum Thema Kinder- und Jugendschutz in Deutschland verstärkt. Ein wichtiger Beitrag war die Präsentation entsprechender Angebote im Rahmen der Nachhaltigkeitsoffensive „Große Veränderungen fangen klein an.“.

Auch unsere Beschäftigten machen sich für den Schutz von Kindern und Jugendlichen stark. So engagieren sich zahlreiche Mitarbeiter der Telekom Deutschland regelmäßig ehrenamtlich in ihrer Freizeit, um Kinder, Jugendliche und Erwachsene zu sensibilisieren und ihnen Medienkompetenz zu vermitteln. Dabei besuchen sie Bildungseinrichtungen oder auch Sportvereine. Auch im Berichtszeitraum waren unsere Mitarbeiter aktiv, wie die folgenden zwei Beispiele zeigen:

- Das Väternetzwerk der Telekom initiierte gemeinsam mit der Polizei eine Informationsveranstaltung in Bonn, bei der Interessierte über zeitgemäßen Jugendschutz aufgeklärt wurden.
- Auszubildende der Telekom führten in den Jahren 2009 und 2010 an zwei Schulen in Bremen Aufklärungsveranstaltungen zum Thema Cyber-Mobbing durch.

„fragFINN“: Geschützter Surfraum für Kinder .

Im Berichtszeitraum setzte die Telekom ihr Engagement für die kindgerechte Online-Suchmaschine fragFINN.de fort: Im März 2010 diskutierten wir mit den anderen Mitgliedsunternehmen des Vereins fragFINN e.V. über die Perspektive des Jugendmedienschutzes in Deutschland. Mit Landes- und Bundespolitikern sprachen wir darüber hinaus über Perspektiven des Jugendschutzes und die Novelle

des Jugendmedienschutz-Staatsvertrags. Seit 2010 diskutieren wir im Verein fragFINN e.V. auch über Werbung auf Kinderseiten. Der Prozess hält noch an.

Des Weiteren konnte im Jahr 2010 der deutsche Fußball-Nationalspieler Philipp Lahm für den zweiten TV-Spot von fragFINN.de gewonnen werden, der durch die Telekom realisiert wurde. Hierdurch soll die breite Aufmerksamkeit für kindgerechte Angebote im Internet weiter gesteigert werden.

fragFINN.de gibt Kindern die Möglichkeit, das Netz sicher zu erkunden, ohne dabei auf ungeeignete Inhalte zu stoßen. Der geschützte Surfraum besteht seit Ende 2007. Geschaffen wurde das Angebot als Beitrag der Wirtschaft im Rahmen der Initiative „Ein Netz für Kinder“ der deutschen Bundesregierung. Im November 2009 gründete die Deutsche Telekom gemeinsam mit anderen ICT-Unternehmen den Verein fragFINN e.V., durch den ein langfristiger Betrieb der kindgerechten Suchmaschine gewährleistet wird.

▼ Jugendschutz in Produkten und Diensten.

Überarbeitete Kinderschutz-Software: Damit schützen Eltern ihre Kindern noch einfacher.

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor schädlichen Einflüssen durch Medien ist ein wichtiger Aspekt in der Produktentwicklung der Deutschen Telekom. Seit Ende 2009 gelten konzernweit verbindliche Designprinzipien. Mit dem Prinzip „Be responsible“ wird die Berücksichtigung von Jugendschutzkriterien bereits in der Entwicklungsphase von Produkten vorgeschrieben.

Neue Standards der Freiwilligen Selbstkontrolle.

Insbesondere im Jugendmedienschutz haben die Standards und Kennzeichnungen durch die Selbstkontrollereinrichtung eine wichtige Bedeutung. Sie geben Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen eine Orientierungshilfe.

Gerade deshalb achtet die Deutsche Telekom darauf, dass die Altersempfehlungen der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) auf allen von der Telekom angebotenen Distributionswegen eingehalten werden.

Derzeit prüfen wir eine mögliche Klassifizierung der Inhalte unserer Websites nach dem neuen Klassifizierungsstandard der in Deutschland tätigen Freiwilligen Selbstkontrolle der Multimedia-Dienstanbieter (FSM). Perspektivisch könnte dieser moderne Ansatz den bisherigen ICRA-Standard ablösen, der nur noch von wenigen Inhalteanbietern unterstützt wird. Diese Klassifizierungsansätze sind zudem auch für die Realisierung eines Schutzes mithilfe technischer Lösungen, wie zum Beispiel der Telekom Kinderschutz-Software, wichtig.

Kinderschutz-Software der Telekom Deutschland.

Seit November 2010 ist eine neue Version der Telekom Kinderschutz-Software für unsere Internetkunden in Deutschland kostenlos erhältlich. Sie unterstützt Eltern dabei, den Internetgebrauch ihrer Kinder zu regulieren, beispielsweise durch Filter für Seiteninhalte und Zeitbeschränkungen. Die neue Software ist zudem noch bedienerfreundlicher gestaltet. Zudem können nicht nur Internetseiten sondern auch Programme und Downloads gesperrt werden. Eine neue Funktion erleichtert die altersgerechte Anpassung der Surfzeit des Kindes.

Für das Jahr 2011 haben wir uns im Zusammenhang mit der Kinderschutz-Software vier wesentliche Ziele gesetzt:

- die Durchdringung des deutschen Marktes zu erhöhen,
- eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Software,
- eine stetige Anpassung an neue Gefahren und Entwicklungen und
- den Austausch mit weiteren Unternehmen, die an innovativen Jugendschutzprogrammen arbeiten, um innovative Ansätze und mögliche Funktionen zu diskutieren.

▼ Einsatz der Landesgesellschaften für Internetsicherheit.

Sicheren Umgang mit neuen Medien fördern: Allein in Rumänien 50 000 Broschüren verteilt.

Auch die Landesgesellschaften der Telekom unterstützen Eltern mit verschiedenen Angeboten darin, ihren Kindern eine sichere Internetnutzung zu ermöglichen.

So startete die griechische Landesgesellschaft OTE Ende 2010 eine Informationskampagne, um die Öffentlichkeit und auch ihre Mitarbeiter über den sicheren und richtigen Umgang mit dem Internet aufzuklären. In allen OTE-Shops wurden dazu eigens publizierte Broschüren verteilt, die sich in erster Linie an Eltern, Lehrer und Jugendliche richteten. In Kooperation mit dem OTE Telecommunications Museum, den OTE Cultural Clubs und der Adolescent Health Unit (A.H.U.) führte OTE zudem eine Reihe von Veranstaltungen zu dem Thema durch. Die Kampagne soll auch im Jahr 2011 fortgeführt werden.

Darüber hinaus leisten sowohl die griechische OTE als auch Cosmote Greece einen wichtigen Beitrag zur öffentlichen Debatte hinsichtlich der Internetsicherheit in Griechenland, insbesondere durch die Unterstützung der Initiative „Safer Internet Greece“, die den sicheren und verantwortlichen Umgang mit dem Internet fördert. Die Initiative, die in Griechenland seit 2004 aktiv ist, wurde unter der

Schirmherrschaft der Europäischen Kommission gegründet. Seit 2009 unterstützt OTE die Hilfehotline der Initiative für Teenager „ΥποSTIRIZO: 800 11 800 15“. Im Februar 2011 beteiligte sich Cosmote Greece bereits zum vierten Mal, am „Safer Internet Day“, der in 73 Ländern gefeiert wurde.

Im Berichtszeitraum haben auch andere Landesgesellschaften ein breites Spektrum an Maßnahmen umgesetzt:

- Slovak Telekom ist eine wichtige Partnerin des Internetportals „Zodpovedne.sk Stopline.sk“ der NGO eSlovensko.sk. Im Mittelpunkt dieses Projekts steht die Sensibilisierung der breiten Öffentlichkeit für eine sicherere Nutzung des Internets. Als Kooperationspartnerin übernimmt Slovak Telekom vielfältige Aufgaben im Rahmen der Sensibilisierungsmaßnahmen, wie die Herstellung und Verteilung von Informationsmaterialien. Regelmäßig halten Mitarbeiter des Unternehmens Vorträge und schulen Lehrer, Polizisten und Eltern. Im Jahr 2010 wurden 91 Informationsveranstaltungen durchgeführt, 1 050 Trainings und Vorträge abgehalten und 500 000 Stück Prospekte und Broschüren verteilt.
- Von den Landesgesellschaften Globul, Cosmote Romania und AMC wurden im Berichtszeitraum Services für Eltern entwickelt, mit denen sie den Umgang ihrer Kinder mit ICT-Diensten kontrollieren und einschränken können.
- Cosmote Romania verteilte im Berichtszeitraum in ihren Kundencentern und in Shops von Germanos Romania über 50 000 Broschüren zu einem sicheren Umgang mit Telekommunikationsdienstleistungen.

Konzernweites Engagement in Initiativen und Selbstverpflichtungen.

Konzernweit wird dem Schutz von Kindern und Jugendlichen Rechnung getragen. Wir unterstützen zahlreiche Projekte und Initiativen zum Kinder- und Jugendschutz in unseren Märkten. Das grundlegende Verständnis für Jugendmedienschutz ist geprägt von den nationalen Gesetzgebungen, den landesspezifischen gesellschaftlichen Bedürfnissen und Diskussionen. Daher legen die Konzerngesellschaften ihre Schwerpunkte im Einsatz für einen besseren Jugendmedienschutz individuell fest.

Im Jahr 2011 arbeitet die Deutsche Telekom gemeinsam mit allen Landesgesellschaften an konzernweiten Anforderungen für den Jugendschutz.


Vor dem Hintergrund zunehmender Konvergenz von Zugangstechnologien und Inhalten ist es eine wesentliche Herausforderung, übergreifende Jugendschutzgrundsätze für alle Technologien und Inhalte anzubieten. In diesem Sinne engagierte sich die Deutsche Telekom bereits im Berichtszeitraum in einer europäischen Industrieinitiative. Deren Ziel ist, gemeinsam mit Stakeholdern aus Politik und Gesellschaft umfassende Prinzipien für den Jugendschutz in Europa zu entwickeln. Sowohl große Unternehmen aus Telekommunikation als auch Endgerätehersteller und Online-Diensteanbieter beteiligen sich an dieser Initiative.

Effektiver Jugendschutz bedarf einer intensiven Zusammenarbeit mit Stakeholdern. Im Rahmen zahlreicher Initiativen und Kooperationen haben wir auch im Berichtszeitraum mit vereinten Kräften auf einen höheren Schutz der Heranwachsenden hingearbeitet:

Auf einen Blick: Initiativen und Kooperationen zum Jugendmedienschutz und Internetsicherheit

<u>Adolescent Health Unit (A.H.U.) of the Second Department of Pediatrics - University of Athens (P & A Kyriakou Children's Hospital)</u>	OTE
<u>Beirat des Projekts klicksafe.de</u>	Telekom Deutschland
<u>Deutschland sicher im Netz e.V.</u>	Telekom Deutschland
<u>fragFINN e.V.</u>	Telekom Deutschland
<u>Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM)</u>	Telekom Deutschland
<u>Greek Awareness Centre Saferinternet.gr</u>	OTE Cosmote Greece
<u>Jugend und Handy</u>	Telekom Deutschland
<u>Informationszentrum Mobilfunk e.V.</u>	Telekom Deutschland
<u>Internet Content Rating Association (ICRA) Deutschland Konsortium</u>	Telekom

<u>Internet Service Providers Austria</u>	Deutschland T-Mobile Austria T-Systems Austria
<u>Kinder sicher im Netz</u> (gemeinsam mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. und der Kriminalprävention der Polizei von Bund und Ländern)	Telekom Deutschland
<u>Lokale Safer Internet Initiativen</u> unter Schirmherrschaft der Europäischen Union	Telekom Deutschland T-Mobile Czech Republic PTC Slovak Telekom
<u>Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content</u>	Deutsche Telekom
<u>Safenet</u>	OTE
<u>Stiftung Media Ridders</u>	T-Mobile Netherlands
<u>NGO e-Slovensko</u>	Slovak Telekom
<u>European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children</u>	Deutsche Telekom
<u>Teachtoday.eu</u> in Großbritannien, Deutschland, Tschechien, Italien und Spanien	Deutsche Telekom
Unterstützung des Medienkompetenzwettbewerbs „ <u>Wege ins Netz</u> “ der Bundesregierung	Deutsche Telekom

 **Wirksames Vorgehen gegen Kinderpornografie.**

Ein rigoroses Vorgehen gegen Kinderpornografie, also Kindesmissbrauch und dessen Dokumentation, gehört zum Selbstverständnis der Deutschen Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen.

Um solche Inhalte aus dem Internet zu verbannen, arbeitet die Deutsche Telekom schon seit längerem mit den Strafverfolgungsbehörden und in diesem Feld engagierten NGOs in Deutschland und anderen Ländern eng zusammen. Hinweise erhalten wir sowohl von Kunden als auch von Internetbeschwerdestellen auf nationaler und internationaler Ebene oder von Strafverfolgungsbehörden. Überall dort, wo wir direkten Zugriff auf die Inhalte haben – zum Beispiel bei privaten Homepages auf unseren Servern – werden diese nach Rücksprache mit den Strafverfolgungsbehörden gelöscht.

Mobilfunk: Blockade von Internetseiten mit illegalen Inhalten.

Mehrere Mobilfunkgesellschaften verhindern seit 2009 und 2010 das Aufrufen von Websites mit kinderpornografischen Inhalten, gemäß der Mobile Alliance Against Child Sexual Abuse. Es werden insbesondere Internetseiten blockiert, die in der Datenbank der renommierten britischen Organisation Internet Watch Foundation (IWF) gelistet sind und im Zusammenhang mit Kinderpornografie, Kinderhandel und Kindesmissbrauch stehen. Diese Zugangserschwerungen für den Kunden sind häufig, gerade in Ländern in Zentral- und Osteuropa, gesellschaftlich sehr umstritten. Die Unternehmen der Deutschen Telekom müssen in den einzelnen Ländern diesen gesellschaftlichen Einstellungen Rechnung tragen.

Weitere wichtige Bestandteile der Mobile Alliance sind die Unterstützung von Meldehotlines für Kunden, die sofortige Entfernung von inkriminierten Inhalten von eigenen Hostin-Diensten und die Zusammenarbeit mit den Strafverfolgungsbehörden.

Kundenzufriedenheit.

Nur wenn wir unsere Kunden verstehen und ihre Erwartungen in qualitativ hochwertige und zuverlässige Produkte übersetzen, können wir erfolgreich sein.

Im Bestreben, weltweit treibende Kraft für [vernetztes Leben und Arbeiten](#) zu sein, verfolgen wir auch das Ziel, den besten Service der ICT-Branche zu bieten. Dabei wollen wir die Erwartungen unserer Kunden an einen optimalen Service nicht nur erfüllen, sondern übertreffen. Um zu erfahren, wie zufrieden sie tatsächlich sind, führen wir [regelmäßig Kundenbefragungen](#) durch. Ein [systematisches Beschwerdemanagement](#) liefert uns wichtige Hinweise dafür, wo wir weitere Verbesserungsmaßnahmen ansetzen müssen.

Diesen Anspruch an uns selbst haben wir in den [konzernweit gültigen Leitlinien](#) verankert: Wir wollen unsere „Kunden begeistern“. In ihrem Sinne entwickeln wir innovative, [nachhaltige Produkte](#), mit hoher technischer Zuverlässigkeit bei gleichzeitiger einfacher intuitiver Bedienung.

▾ Breites Maßnahmenpektrum zur Steigerung der Kundenzufriedenheit.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, uns bei den aus Kundensicht wichtigsten Faktoren weiter zu verbessern, indem wir in beste Netze investieren und innovative Produkte sowie Service und Beratung auf hohem Niveau anbieten. Zudem garantiert der Kundenservice der Telekom gute Erreichbarkeit, die Einhaltung von Zusagen und eine hohe Termintreue.

Die Erwartungen unserer Kunden sind der Maßstab, an dem wir eine kontinuierliche Verbesserung unseres Kundenservices ausrichten. Hierzu gehört beispielsweise die Weiterentwicklung der [Kundenhilfe](#), die auch über Facebook und Twitter erreichbar ist.

Besseres Management der Kundenkontakte.

Im Berichtszeitraum konnten wir in Deutschland einen besseren Service und höhere Produktqualität erreichen, indem wir eine Reihe entscheidender Maßnahmen umgesetzt haben:

- [Reduktion von Beschwerden](#) und aus Kundensicht [unnötiger Kontakte](#) durch Vereinfachung von Prozessen,
- höhere Leistungstransparenz während der gesamten Prozesskette durch eine aktive Kundenkommunikation, beispielsweise Benachrichtigung über den Auftragsstatus bei Bestellungen per SMS oder E-Mail,
- stärkere Automatisierung der Bereitstellungs- und Entstörungsprozesse zur schnellen und zuverlässigen Erledigung von Kundenanliegen,
- Verbesserung der Kundenansprache durch eine kontinuierliche Qualitätskontrolle der Call-Center,
- Vereinfachung des Produktportfolios sowie
- Einführung des sogenannten Moments-of-Truth-Ansatzes: Diesem Ansatz nach soll in Momenten, die aus Kundensicht kritisch sind – etwa bei Beschwerden –, die Kundenperspektive eingenommen werden. Gefordert ist zudem, dass alle Beteiligten bereichsübergreifend zusammenarbeiten, um das Anliegen des Kunden bestmöglich zu lösen.

▾ Kundenfeedback: Verschiedene Kanäle und Analyseinstrumente.

Damit wir die Produkte und Services an den Wünschen und Erwartungen unserer Kunden ausrichten können, werten wir alle Rückmeldungen systematisch aus. Den produktverantwortlichen Bereichen stehen unterschiedliche Kanäle zur Verfügung, um kontinuierlich das Feedback der Kunden zu analysieren. Beispielsweise

- der [TRI*M-Index](#), mit dem die Kundenloyalität gemessen wird,
- das User Experience Tracking, mit dem die Bedienerfreundlichkeit von Produkten bewertet wird,
- der Innovationsindex, mit dem der Innovationsgrad und das Nutzungserlebnis der Kernprodukte der Deutschen Telekom gemessen werden – insbesondere auch im Wettbewerbsvergleich,
- die Auswertung von Beiträgen in ausgewählten Internetforen und
- der direkte Informationsaustausch zwischen Produktmanagern und Kollegen, die im täglichen Kundenkontakt stehen.

Die Telekom Deutschland nutzt daneben eine Reihe weiterer Befragungsinstrumente: Im Rahmen ihres „Prozess-Tracking“ werden beispielsweise kontinuierlich Personen, die aufgrund einer Weiterempfehlung Kunden wurden oder selbst eine erfolgreiche Empfehlung gegeben hatten, befragt. Wir bringen auch die Zufriedenheit unserer Kunden mit dem Kontakt zu Service-Mitarbeitern in Erfahrung. Sein Einverständnis vorausgesetzt, befragen wir den Kunden unmittelbar nach dem Kontakt beispielsweise zur Beratungsqualität im Telekom Shop, der Hotline oder beim Servicetechnikereinsatz.

Kundenbefragungen.

Unsere Kunden sind eine der wichtigsten Stakeholder-Gruppen. Ihre Bedürfnisse und Meinungen zu berücksichtigen, gehört zu unserem Selbstverständnis als serviceorientiertes, verantwortungsvolles Unternehmen. Daher messen wir an all unseren Standorten die Kundenzufriedenheit in systematischen Befragungen und integrieren die Ergebnisse konsequent in unsere Managementprozesse.

TRIM – Systematisches Messen, Managen und Monitoring.

Konzernweit vergleichbare Daten erhalten wir über den standardisierten TRIM-Index, mit dem wir viermal im Jahr die Kundenbindung messen. Untersucht werden insbesondere

- die Beurteilung unserer Leistungsfähigkeit durch unsere Kunden,
- die Weiternutzungs- und Weiterempfehlungsabsicht unserer Kunden und
- der Vorteil unserer Angebote im Wettbewerbsvergleich.

Die Ergebnisse werden in Form einer Kennzahl, dem TRIM Index, dargestellt.

Neues Gremium zur Steigerung der Kundenbindung gegründet.

Anfang 2010 richteten wir das sogenannte Loyalty Forum ein. Aufgabe dieses bereichsübergreifenden Gremiums ist es, im Rahmen des „TRIM 2010 Programms“ Maßnahmen unterschiedlichster Art zur Kundenbindung zu entwickeln, zu implementieren und ihren Erfolg zu überprüfen.

TRIM-Ergebnisse 2010: Kundenbindung leicht verbessert.

Die Ergebnisse der TRIM-Analyse waren im Jahr 2010 relativ konstant und weisen auf eine leichte Steigerung der Kundenbindung hin. Insgesamt erreichte die Telekom Deutschland im Vergleich zu 2009 eine Steigerung um 3 Prozent. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, bis 2014 in Deutschland eine kontinuierliche Verbesserung um bis zu 8 Prozent zu erreichen.

OTE: Nachhaltigkeit als Bewertungskriterium.

Die griechische Mobilfunkgesellschaft OTE führt seit fünf Jahren zweimal jährlich Kundenumfragen durch, in denen auch Nachhaltigkeit und verschiedene Marketingaspekte thematisiert werden. Rund 12 000 Kunden wurden im Jahr 2010 befragt. Ihre Antworten geben Aufschluss über die Wahrnehmung des CR-Engagements von OTE sowie die Auswirkungen auf Kaufentscheidungen der Kunden. Die Befragung gab auch Aufschluss darüber, wie die Kunden über die CR-Aktivitäten des Unternehmens informiert werden wollen und in welchen Bereichen sie Verbesserungsbedarf sehen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kunden > Kundenzufriedenheit > Beschwerdemanagement

Beschwerdemanagement.

Kritische Rückmeldungen unserer Kunden sind für uns besonders wertvoll, denn sie geben uns Aufschluss darüber, wie wir uns verbessern können. Indem wir Nachfragen und Beanstandungen unserer Kunden systematisch auswerten, können wir die Ursachen erkennen und beheben – und so auf unser Ziel einer signifikanten Reduktion der Beschwerden hinarbeiten.

☐ Projekt Kontaktreduktion für besseren Kundenservice.

2009 startete in Deutschland das Projekt Kontaktreduktion mit dem Ziel, Beschwerden und Nachfragen im Bereich Privatkunden Festnetz um 20 Prozent zu reduzieren. Diese erste Zielsetzung wurde kontinuierlich erweitert: Im Jahr 2010 wurde auch der Bereich Mobilfunk einbezogen, im Jahr 2011 erstreckt sich das Projekt nun auch auf den Bereich Geschäftskunden. In jedem Bereich wollen wir eine Senkung der Beschwerden und Nachfragen um 20 Prozent erreichen.

Alle Organisationseinheiten, die sowohl unmittelbaren als auch mittelbaren Einfluss auf Beschwerden haben, werden einbezogen – vom Vertrieb über Marketing, Produktmanagement, Prozessmanagement und Finanzen bis hin zur Technik.

☐ Erfolgreiche Senkung der Beschwerdezahlen.

Rund ein Viertel weniger Nachfragen und Beschwerden als im Vorjahr.

Wie bereits im Vorjahr erreichten wir im Jahr 2010 in Deutschland mit einer Reihe von Maßnahmen eine Senkung der Beschwerdezahlen: Im Vergleich zu Ende 2009 verzeichneten wir in den Bereichen Festnetz und Mobilfunk 24 Prozent weniger Beschwerden und Nachfragen.

Höhere Transparenz für Festnetz- und Mobilfunk-Kunden.

Im Bereich Festnetz sorgten wir insbesondere durch signifikante Verbesserungen bei der Bereitstellung von Produkten und Diensten für höhere Kundenzufriedenheit, beispielsweise durch höhere Transparenz bezüglich des Auftragsstatus. Auch werden Kundenanliegen vermehrt bereits im ersten Kontakt abschließend bearbeitet, sodass Mehrfachkontakte vermieden werden.

Im Mobilfunkbereich sorgten wir für ein besseres Beschwerdemanagement und konnten zahlreiche Verbesserungsmaßnahmen umsetzen, beispielsweise eine deutlichere Darstellung der Grundpreise auf den Rechnungen. Zusätzlich erhalten Kunden bei Fragen rund um das Thema Rechnungen in [Videos](#) auf unserer Website hilfreiche Hinweise. Kundenfreundlicher gestalteten wir unseren Service auch durch eine vereinfachte Identifikationsrichtlinie, durch die die meisten Kundenanliegen bereits beim ersten Kontakt bearbeitet werden können.

Kommunikationstrainings für unsere Service-Mitarbeiter.

Da ein adäquater Umgang mit unzufriedenen Kunden von den Mitarbeitern besondere Kompetenzen erfordert, führten wir auch im Jahr 2010 Schulungen mit mehr als 3 100 Mitarbeitern in Deutschland durch.

Das Ziel: Kunden proaktiv informieren.

2011 wollen wir insbesondere die Qualität in der Bearbeitung der Beschwerden deutlich verbessern. Im Fokus steht dabei die proaktive Kundeninformation. Durch Kommunikations- und Trainingsmaßnahmen soll verstärkt dafür gesorgt werden, dass Kunden umfassend zu ihren Anliegen und über die folgenden Bearbeitungsschritte informiert werden. Gerade bei längerer Bearbeitungsdauer werden die Kunden aktiv über den Stand und die Erledigung in Kenntnis gesetzt.

☐ T-Mobile Austria: Höhere Transparenz über Handykosten.

„My T“-App bereits über 100 000 Mal heruntergeladen.

Im Jahr 2010 verzeichnete T-Mobile Austria nach einem Bericht der Rundfunk und Telekom Regulierungs-Gesellschaft (RTR) die meisten Kundenbeschwerden unter den österreichischen Mobilfunkanbieter. Gründe für die Beschwerden waren insbesondere Kosten, die beim Daten-Download entstehen, wenn der im Vertrag festgelegte Freibetrag überschritten wird. Auch die Tarife für Mehrwert-SMS wurden kritisiert.

T-Mobile Austria hat in Reaktion auf diese Beanstandungen im Berichtszeitraum Kostenkontrolloptionen für die Kunden eingeführt: Mittels der Applikation „My T“, die bereits über 100 000 mal heruntergeladen wurde und „My tele.ring“ sowie über das Benutzerkonto auf der Website kann der Datenverbrauch jederzeit kontrolliert werden. Volle Kostenkontrolle haben Kunden, wenn sie sich für Tarife mit unlimitierten Datenpaketen oder eine zusätzliche Option für unlimitierten Datenverbrauch entscheiden. Wenn das jeweilige Datenlimit überschritten wird, reduziert sich automatisch die Downloadgeschwindigkeit – zusätzliche Kosten fallen jedoch nicht an. Zusätzlich wird jeder Kunde von

T-Mobile und tele.ring automatisch mit einer SMS darüber informiert, wenn er die inkludierte Datenmenge ausgeschöpft hat.

© Deutsche Telekom, 2011

Kundenhilfe.

Mehr als 40 Prozent aller Anfragen an die Telekom Deutschland, die das Servicegeschäft betreffen, können heute bereits online gelöst werden. Über soziale Netzwerke konnten wir die Nutzung dieser Services zusätzlich deutlich steigern: Unsere Kunden können sich sowohl über Twitter als auch über Facebook kostenlos, schnell und unbürokratisch beraten lassen.

☑ „Telekom hilft“ – Pilotprojekt auf Twitter.

Schnelle Kundenberatung in 140 Zeichen.

Seit 5. Mai 2010 können sich unsere Kunden in Deutschland über das Informationsnetzwerk Twitter an den Kundenservice der Telekom wenden: Unter „[Telekom hilft](#)“ beantworten Mitarbeiter der Telekom den Kunden Anliegen zu Serviceangeboten und Produkten – in jeweils 140 Zeichen. Unsere Service-Mitarbeiter reagieren dabei nicht nur auf Anfragen, sondern suchen gezielt nach Tweets, die Fragen oder Probleme unserer Kunden signalisieren. Immer mehr Nutzer schätzen den unkomplizierten Kontakt und die persönliche Atmosphäre. Für eine persönliche Komponente und höhere Transparenz sorgt neben der Nennung des Namens auch ein Foto des jeweiligen Mitarbeiters. Außerdem können die Nutzer in älteren Beiträgen auf der Website gezielt nach Hilfestellungen suchen.

In der Beratung der Kunden wird streng auf den [Datenschutz](#) geachtet: Sollte die Nennung personenbezogener Daten erforderlich sein, wird die Bearbeitung der Anfrage per E-Mail fortgeführt.

Über Twitter können wir unsere Kunden und Interessenten dort erreichen, wo sie täglich kommunizieren. Die Erfahrungen aus diesem Pilotprojekt nutzt die Telekom für weitere Projekte, um Vertrieb und Service im Bereich Social Media weiter zu etablieren.

☑ „Telekom hilft“ – auch auf Facebook.

Seit September 2010 gibt es im sozialen Netzwerk Facebook eine offizielle Fanpage der Telekom mit dem Titel „[Telekom-hilft](#)“. Ein Service-Team, bestehend aus zwölf Telekom-Mitarbeitern, steht den Facebook-Nutzern wochentags von acht Uhr morgens bis acht Uhr abends zur Verfügung. Die Nutzer können ihre Fragen und Anregungen an die Pinnwand schreiben oder sich direkt an die Mitarbeiter wenden, die über persönliche Profile mit Foto verfügen.

Forschung und Innovation.

Innovationen und eine kontinuierliche Weiterentwicklung der Produkte und Dienste sind für die Telekom ein zentraler Schlüssel auf dem Weg zum weltweit führenden Anbieter für vernetztes Leben und Arbeiten. Wir wollen nicht nur auf dem neuesten Stand der Technik sein, sondern zukünftige Entwicklungen vorwegnehmen und mitprägen. Daher investieren wir in umfassende Forschungs- und Entwicklungsarbeit – insbesondere im Rahmen der „Deutsche Telekom Laboratories“.

Nicht nur in diesen spezialisierten Bereichen des Konzerns besteht hohes Innovationspotenzial. Um die Kreativität und das Wissen unserer Mitarbeiter aus der täglichen Praxis zu nutzen, betreiben wir ein systematisches Ideenmanagement.

Zusätzlich engagieren wir uns bei der Finanzierung von Lehrstühlen und in Kooperation mit Universitäten für die Entwicklung zukunftsweisender Ideen. Insgesamt investierte die Telekom im Jahr 2010 0,1 Milliarden Euro für Forschung und Entwicklung.

Zu unseren Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im engeren Sinne zählen produktvorbereitende Forschung und Entwicklung – beispielsweise die Suche nach alternativen Produkten, Verfahren, Systemen oder Dienstleistungen. Dagegen verstehen wir Aufwendungen zur Entwicklung von System- und Anwendersoftware mit dem Ziel der Produktivitätssteigerung nicht als Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen.

T-Labs: Interdisziplinäre Innovationsforschung.

Im Jahr 2005 gegründet, befasst sich unsere zentrale Forschungs- und Entwicklungseinheit „Deutsche Telekom Laboratories“ (T-Labs) vorrangig mit neuen Technologien, deren Einführung oder Marktreife in eineinhalb bis fünf Jahren zu erwarten ist.

Als privatrechtlich organisierte wissenschaftliche Einrichtung an der Technischen Universität (TU) Berlin mit sechs Professuren ausgestattet, haben sich die T-Labs zu einer weltweit anerkannten wissenschaftlichen Institution entwickelt. Ihren Hauptsitz haben die T-Labs direkt auf dem Campus der TU Berlin. Dort und an zwei weiteren Standorten in Deutschland (Berlin und Darmstadt), in Israel und in den USA arbeiten insgesamt rund 360 Experten und Wissenschaftler verschiedener Disziplinen an Innovationen für die einfache, schnelle und sichere Kommunikation von morgen. Das erfolgreiche Konzept beruht auf der Öffnung von Innovationsprozessen für Dritte: Es ermöglicht einen produktiven Austausch zwischen ausgewählten Institutionen und Unternehmen, zwischen Experten der Telekom und Wissenschaftlern aus aller Welt.

50. Auszeichnung für T-Labs: Open Innovation Award 2010.

Für das Konzept der offenen Innovation mit externen Partnern und Kunden wurden die T-Labs am 2. Dezember 2010 mit dem erstmalig verliehenen „Open Innovation Award 2010“ der Zeppelin Universität Friedrichshafen ausgezeichnet. Damit erhielt das Forschungslabor bereits die 50. Auszeichnung in sechs Jahren.

Innovationsentwicklung durch BarCamps.

Seit rund zwei Jahren bietet die Telekom Deutschland allen Mitarbeitern regelmäßig die Möglichkeit, in sogenannten BarCamps über aktuelle Themen und Projekte im Unternehmen zu diskutieren und diese gemeinsam weiterzuentwickeln. Unter einem BarCamp wird eine Tagung verstanden, deren Verlauf und Inhalte durch die Teilnehmer während der Tagung bestimmt wird.

5. BarCamp: Innovationen im Web 2.0.

Am 5. BarCamp im Juni 2010 beteiligten sich rund 300 Mitarbeiter aus ganz Deutschland. Sie diskutierten miteinander in verschiedenen Dialogrunden und Workshops, sogenannten Sessions, zum Themenfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“. Auf besonderes Interesse bei den Teilnehmern stießen Sessions zur neuen Konzernstrategie und zu aktuellen Entwicklungen und Maßnahmen rund um Enterprise 2.0 – also den Einsatz von Content-Managementsystemen, Blogs und virtuellen Teams im Unternehmen. Ein weiteres intensiv diskutiertes Thema war die Einführung der Frauenquote bei der Telekom.

6. BarCamp: Netzwerken und diskutieren.

Am 12. Oktober 2010 fand in Bonn das 6. BarCamp mit insgesamt 630 Besuchern statt. Die Teilnehmer konnten sich in 29 Sessions über neue Produkte und Dienste der Telekom informieren und über aktuelle Themen wie Social Media und Kundenservice diskutieren.

Developer Garden: Plattform für die freie Entwicklerszene.

Mit dem „Developer Garden“ bietet die Deutsche Telekom der globalen Entwicklergemeinschaft eine offene Kommunikations- und Downloadplattform. Auf der Website www.developergarden.com finden Entwickler seit Mai 2009 Telekommunikationsdienste wie Telefonie oder SMS-Versand, die sie in ihre eigenen Applikationen einbinden können. Damit öffnet die Telekom ihre Schnittstellen für Entwickler, und führt ihren Weg in Richtung Open Development konsequent fort.

Die Community kann sich sowohl über die Website als auch auf [Facebook](#) und [Twitter](#) über ihre Erfahrungen austauschen und neueste Informationen zu Anwendungen abrufen.

▼ Forschungsschwerpunkte: Intelligente Netze und Rechenzentren.

Derzeit entwickeln wir gemeinsam mit dem Schweizer Energie- und Automationstechnikkonzern ABB Lösungen für [Smart Grids](#), die wir bereits in der [T-City Friedrichshafen](#) dem Praxistest unterziehen.

Die Experten arbeiten gemeinsam an innovativen ICT-Lösungen, um die Energieeffizienz im Zusammenspiel der Stromnetze und der Endgeräte zu erhöhen. Beispielsweise durch die Entwicklung von Geräten mit „[Intelligent Power Down Mode](#)“, einem höchst verbrauchsarmen Stand-by-Modus. Eine optimale Steuerung der Energie in Smart Grids wird im Rahmen des [Projekts LOLA](#) erforscht.

DataCenter 2020: Das energieeffiziente Rechenzentrum der Zukunft.

Rechenzentren bergen ein hohes Energiesparpotenzial. Im Rahmen des Projekts „[DataCenter 2020](#)“ forschen wir an dem idealen Rechenzentrum der Zukunft, das schnell, sicher und energieeffizient ist.

▼ Mit Smartphones Staus und Abgase in Megacities verringern.

Zukunftsweisendes Pilotprojekt in Shanghai.

Die Luftverschmutzung in Ballungsgebieten ist weltweit ein großes Problem. Neben der Industrie verursachen vor allem Autos CO₂-Emissionen und hohe Feinstaubkonzentrationen, die die Gesundheit der Menschen belasten. In Zusammenarbeit mit der Deutschen Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ) (seit Januar Teil der [Deutschen Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit \(GIZ\)](#)) entwickelt die Deutsche Telekom ICT-Lösungen zur Verbesserung der Lebensqualität der Menschen – insbesondere in den Megastädten in Entwicklungs- und Schwellenländern.

Strategische Allianz für nachhaltige Mobilität.

Hierzu vereinbarten die Partner im November 2010 eine strategische Allianz für nachhaltige Mobilität: Gemeinsam wollen die Telekom und die GTZ in den Millionenstädten Asiens, Südamerikas und Afrikas mobile Internetdienste zur Reduktion der Emissionen anbieten. Mithilfe von Mobilfunk und Satellitenortung können bereits heute die CO₂-Werte der Autoabgase gemessen werden – mit relativ geringem Aufwand: Beispielsweise können Autofahrer CO₂-Daten über ihr Smartphone per Online-Routenplaner oder über ein Navigationsgerät anzeigen lassen. Dadurch können sie verbrauchsarme Routen und Touren planen.


„Pay-as-you-Pollute“ – Umweltverschmutzung in Rechnung stellen.

Ein mögliches Modell zur wirkungsvollen Umsetzung der Abgasreduktion könnte ein Bezahlssystem nach Verbrauch sein. Getestet wurde dies erstmals in einem Pilotprojekt in Peking und Shanghai: Während der Expo 2010 in Shanghai wurde im Oktober „Pay-as-you-Pollute“ vorgestellt. In den 50 Fahrzeugen der VIP-Flotte der Weltausstellung kamen Smartphones mit einem speziellen App zum Einsatz, mit dem die CO₂-Emissionen in Echtzeit berechnet werden konnten. Diese Daten wurden in einem Verkehrsmodell der Tongji Universität zu einem Lagebild zusammengefügt, das die Verkehrsströme und die Immissionen in Shanghai sichtbar machte.

Beschäftigte.

Wann entwickelt sich ein Unternehmen nachhaltig erfolgreich? Aus Sicht der Telekom lautet die Antwort: Wenn eine lebendige Unternehmenskultur und Strukturen herrschen, die neue Ideen ermöglichen und fördern. Auf dem Weg zu dieser Kultur – und damit zum bestangesehenen Serviceunternehmen der Branche – haben wir entscheidende Schritte unternommen.

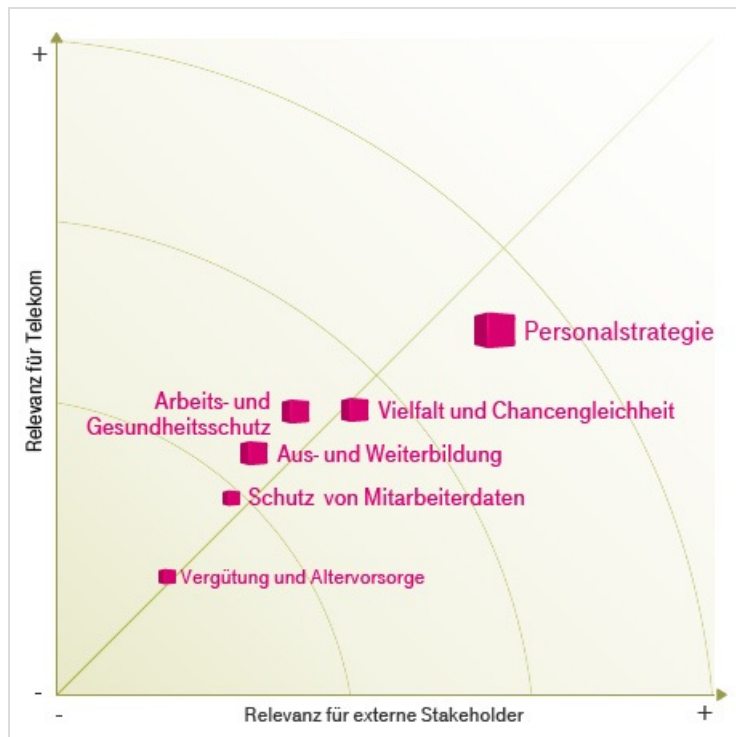
Video folgt in Kürze



Demografie als Herausforderung

Prof. Heike Bruch, Direktorin am Institut für Führung und Personalmanagement und Ordinaria an der Universität St. Gallen und Mechthilde Maier, Leiterin Group Diversity Management der Deutschen Telekom tauschen sich über die Frage aus, wie der Konzern die demografische Entwicklung in seine Personalplanungen einbezieht.

Was sind die wesentlichen Themen im Kapitel „Beschäftigte“?
Das Ergebnis unserer Abfrage bei internen und externen Stakeholdern finden Sie hier.



Wie wir die wesentlichen Themen bestimmt haben.

Wettbewerbsfähige Belegschaft.

Nachhaltige Personalarbeit für herausragende Services und Produkte.

Mit den richtigen Menschen am richtigen Platz das Richtige für unsere Kunden tun: Das ist unser Ziel. Dafür brauchen wir ein exzellentes Service- und Produktportfolio – und eine effiziente Unternehmens- und Personalstruktur. Den notwendigen Umbau der Telekom zur One Company treiben wir konsequent voran. Damit stärken wir die globale Wettbewerbsfähigkeit unseres Unternehmens, seine Kundenorientierung und seine Beweglichkeit. Und schaffen und sichern zugleich Arbeitsplätze mit langfristiger Perspektive. Ein Schlüssel dazu ist gerade die Gewinnung von Nachwuchskräften für zukunftsfähige Aufgabenstellungen. Das Fundament für all dies bilden eine hohe Personaleffizienz und -effektivität, die wir über unser konzernweites Total Workforce Management steuern.

Mitarbeiteraufbau.

Wir brauchen vielfältige und neue Kompetenzen, um unsere Chancen in den Kerngeschäften wie in unseren Innovations- und Wachstumsfeldern zu nutzen.

☑ Deutschland: Neueinstellungen, Übernahmen, Nachwuchskräfte.

Rund 2 000 Nachwuchskräfte nach ihrer Ausbildung übernommen.

In Deutschland wollen wir bis 2012 rund 10 400 und europaweit zusätzlich rund 18 000 neue, entsprechend qualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einstellen. Weltweit exzellente Experten von extern zu gewinnen und unsere eigenen Talente zu fördern – dieser Mix ist der Schlüssel dazu, unser Unternehmen fit zu machen für die Zukunft. Darum stammte zum Beispiel in Deutschland mehr als die Hälfte der Neueinstellungen aus den Reihen unserer intern ausgebildeten Nachwuchskräfte: 2010 haben wir etwa 2 000 Nachwuchskräfte aus der eigenen Ausbildung übernommen, davon über 90 Studierende aus dualen Studiengängen und 40 Absolventen unserer Hochschule für Telekommunikation Leipzig (HfTL). Damit konnten wir das hohe Übernahmeniveau der Vorjahre nochmals steigern. Insgesamt haben wir 2010 in Deutschland 4 000 Menschen neu eingestellt, davon rund 2 000 externe Hochschulabsolventen sowie Experten mit Berufserfahrung. Auf dem externen Arbeitsmarkt rekrutieren wir vor allem Softwareentwickler, IT-Architekten, Betriebswirte, Geistes- und Sozialwissenschaftler, Produktmanager sowie Business-Analysten. Dass wir zudem im erheblichen Umfang Profis für den Kundenservice einstellen wollen, unterstreicht einmal mehr unseren Anspruch, den besten Service der Branche zu bieten. Außerdem haben wir erneut rund 3 300 jungen Menschen die Chance geboten, eine qualitativ hochwertige Berufsausbildung zu beginnen. Mit rund 10 000 Auszubildenden und dualen Studenten sind wir einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland.

☑ In Europa und weltweit: Zukäufe und Übernahmen durch T-Systems.

Auch auf europäischer und weltweiter Ebene gewinnen wir kontinuierlich neue Mitarbeiter mit marktgerechtem Know-how hinzu. So hat T-Systems 2010 im weltweiten Systemgeschäft Verträge über 15 Projekte mit Personaltransfer abgeschlossen. In diesem Rahmen wechselten über 600 Mitarbeiter zu T-Systems und in die Ländergesellschaften. Herausragende Beispiele sind British Petroleum (England, Deutschland, Dänemark), Deutsche Post DHL (Deutschland) und DHL (USA), der Informationsverbund Berlin-Bonn (IVBB, Deutschland), das Wirtschafts- und Beratungsunternehmen KPMG (England), Philips (10 Länder in Europa, USA und Indien), das Chemieunternehmen Sasol (Südafrika) sowie T-Mobile (Niederlande). Entscheidend für die erfolgreiche Integration der Mitarbeiter war und ist das sachkundige und behutsame HR-Change-Management. Mit Respekt für Unterschied, gewachsene Unternehmensstrukturen und Kulturen sorgt es für eine sensible Integration der neuen Mitarbeiter in das Netzwerk der Telekom.

Diesen erfolgreichen Kurs werden wir im Jahr 2011 fortsetzen. So hat E.ON IT T-Systems als weltweiten Partner für Communication & Collaboration ausgewählt. Mit dem Service wechselten Ende des ersten Quartals 2011 Mitarbeiter in 10 europäischen Ländern zu T-Systems. Aktuell bewirbt sich T-Systems um 13 weitere Projekte mit Personaltransfer. Im Falle des Zuschlags werden fast 3 000 Mitarbeiter zu T-Systems übergehen und frisches Know-how ins Unternehmen bringen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Beschäftigte > Wettbewerbsfähige Belegschaft > Personal- und Organisationsumbau

Personal- und Organisationsumbau.

Wir machen unsere Unternehmens- und unsere Personalstruktur fit für die Zukunft: Wir straffen weltweit unsere Unternehmensorganisation und sorgen – wo nötig – für einen wohldosierten und sozialverträglichen Personalumbau.

One Company-Konzept: Strukturen und Organisation straffen.

Mit One Company legen wir sowohl in Deutschland als auch international den Grundstein dafür, unseren Kunden attraktive, integrierte Festnetz- und Mobilfunk-Dienste aus einer Hand anzubieten. Zum 1. Juli 2010 konnten wir beispielsweise in der Slowakei unsere Festnetz- und Mobilfunkgesellschaften erfolgreich zur neuen, integrierten Slovak Telekom zusammenführen. Den zukunftsorientierten Umbau zu einem integrierten Anbieter haben wir auch in Ungarn bei Magyar Telekom und in Kroatien bei Hrvatski Telekom bereits vollzogen. Die mazedonische Makedonski Telekom befindet sich im Vorbereitungsprozess. Damit ist das wegweisende One Company-Konzept schon bei fünf unserer Gesellschaften in Europa umgesetzt beziehungsweise in Vorbereitung.

Telekom Deutschland GmbH: erfolgreiches erstes Jahr.

Nummer eins im DSL-Neukundengeschäft, Umsatzmarktführer im Mobilfunk, Finanzziele des Effizienzprogramms „Save for Service“ deutlich übertroffen: Die Zusammenführung unserer Festnetz- und Mobilfunkaktivitäten zu One Company in Deutschland ist ein voller Erfolg. Mit der ebenfalls gelungenen Neuausrichtung unseres Konzerns im Groß- und Geschäftskundensegment leisten wir hervorragenden, maßgeschneiderten Service aus Kundensicht. Jetzt liegt unser Fokus darauf, den One Company-Ansatz im nationalen Festnetz- und Mobilfunkgeschäft auch bei den Mitarbeitern konsequent umzusetzen. Denn One Company bedeutet nicht nur, wettbewerbsfähige Konditionen und Strukturen zu etablieren. Es bedeutet auch, die Mitarbeiter langfristig in unsere Entwicklung als integrierter Anbieter einzubinden und sie zu motivieren, sich mit Engagement und Leistungsbereitschaft für diese Entwicklung einzusetzen. Zurzeit sind wir unter anderem dabei, in der Weiterbildung wettbewerbsfähige, integrierte Strukturen zu etablieren, die unseren Markterfolg sichern und Arbeitsplätze zukunftsfest machen.

Standortkonzept für Geschäftskundenvertrieb und -service.

Auch die traditionelle, kleinteilige Flächenstruktur unseres Geschäftskundenvertriebs und -services sowie die regionale Aufstellung unserer IT in Deutschland müssen wir transformieren. Dafür baut die Telekom in den nächsten Jahren bundesweit moderne Vertriebs- und Service-Center sowie Vertriebsbüros auf. Gleichzeitig führen wir unsere IT-Teams in IT-Innovationszentren zusammen. In beiden Bereichen garantiert die Telekom den insgesamt über 9 500 Mitarbeitern den Erhalt ihrer Arbeitsplätze. Zudem werden wir einen hohen zweistelligen Millionenbetrag in die Modernisierung der Arbeitsplätze und in die systematische Personalentwicklung im IT-Bereich investieren. Allein für den IT-Geschäftsbereich planen wir in diesem Zusammenhang bis zum Jahr 2012 über 100 000 zusätzliche Weiterbildungstage im Rahmen der IT-Qualifizierung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie im Rahmen der laufenden IT-Experten-Karrieren.

„Act4Service“: Weg zu einem vereinfachten Geschäftsmodell bei T-Systems.

Effiziente Abläufe für Top-Qualität aus Kundensicht: Dieses Ziel verfolgt T-Systems mit einem neuen Geschäftsmodell. Es wird ab 2011 die Zusammenarbeit zwischen einzelnen Unternehmensbereichen vereinfachen, Prozesse effizienter gestalten und Verantwortlichkeiten klarer definieren. Den Weg zum neuen Geschäftsmodell bereitet seit Oktober 2010 das Projekt „Act4Service“ unter der Patenschaft des Geschäftsführers HR – von der Start-Organisation zum 1. Januar 2011 bis zur vollständigen Umsetzung in Deutschland sowie dem internationalen Roll-out in den einzelnen Landesgesellschaften bis zum 1. Januar 2012. Neben der Projektpatenschaft verantwortet HR die Verhandlungen, die Reorganisation, das Change-Management sowie die Umsetzung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wohldosierter Personalumbau und -abbau.

Neben dem Aufbau wissens- und zukunftsstarker Arbeitsplätze haben wir 2010 in Teilunternehmen unsere Anstrengungen für einen sozialverträglichen Personalumbau fortgesetzt. Um unserer Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern wie dem Unternehmen gerecht zu werden, haben wir parallel zu umfangreichen Team-Qualifikationsprogrammen Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden aus dem Unternehmen eingesetzt. Dazu zählen die Vorruhestandsprogramme für Beamte und Arbeitnehmer („55er-Programm“) und die Umsetzung noch laufender Altersteilzeit sowie speziell für Teilbereiche aufgelegte Sonder-Abfindungsprogramme. Da der Tarifvertrag Altersteilzeit zum gleichen Zeitpunkt wie die gesetzliche Förderung auslief (31. Dezember 2009), stand dieses Instrument 2010 nicht mehr für neue Vereinbarungen zur Verfügung.

2010 hat Vivento seine Position als spezialisierter Dienstleister für unseren Personalumbau weiter gestärkt. Seit Jahren setzt Vivento dabei auf die Bereitschaft von Mitarbeitern, sich zu verändern, und darauf, neue Beschäftigungsperspektiven zu schaffen. 2010 lag ein besonderer Fokus darauf, in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit (BA), dauerhafte Beschäftigungsalternativen im öffentlichen Dienst zu eröffnen. Ende Dezember 2010 waren über 2 500 Mitarbeiter der Telekom in Projekten bei der BA eingesetzt.

Im Jahr 2010 ist es Vivento unter anderem gelungen,

- über 700 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine neue, dauerhafte Perspektive bei der Bundesagentur für Arbeit (BA) und bei anderen Arbeitgebern des öffentlichen Dienstes zu finden. Besonders Mitarbeiter, die seit längerem bei der BA im Einsatz sind, entschieden sich für den dauerhaften Wechsel. Die große Zahl von Versetzungen zeigt, dass wir die Anforderungen des Personalumbaus mit den Bedürfnissen unserer Beschäftigten in Einklang bringen können.
- rund 6 900 Mitarbeitern eine interessante Beschäftigungsalternative zu bieten – extern wie auch intern. Die temporären Einsätze bewegten sich weiterhin auf hohem Niveau. So waren allein rund 3 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei der BA und bei anderen Arbeitgebern in der öffentlichen Verwaltung eingesetzt.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Beschäftigte > Wettbewerbsfähige Belegschaft > Personalplanung

Personalplanung.

Um wettbewerbsfähig zu sein, müssen wir nicht nur gegenwärtige, sondern vor allem auch zukünftige Entwicklungen in unsere Planungen einbeziehen. Das gilt gerade auch für unsere Personalplanungen. Sie müssen künftige Herausforderungen so zuverlässig wie möglich und frühzeitig erkennen, seien es nun Marktereignisse, technologische Sprünge oder der demografische Wandel.

☑ Total Workforce Management: nachhaltige Personalplanung steuern.

HR muss daher in der Lage sein, umfassend, systematisch und weltweit Bedarf, Einsatz und Qualität unseres Personals zu ermitteln und zu optimieren. Dazu setzen wir auf das moderne HR-Instrument Total Workforce Management, TMW, zur Darstellung und Steuerung der Fähigkeiten, Wertschöpfungsbeiträge, Mengen und Kosten der eigenen Belegschaft, aber auch notwendiger Fremdleister. Nicht nur als Branchenvorreiter, sondern auch richtungsweisend in der Liga großer Konzerne haben wir 2008/2009 zunächst in Deutschland damit begonnen, das auf unserer Geschäftsstrategie basierende TWM einzuführen. Mit TWM verfügen wir über ein konzernweites Fundament der Personalplanung. Zudem bildet es natürlich auch die Basis für längerfristige Personalaufbauplanung und unser Talentmanagement. TWM schafft globale Transparenz über alle internen und externen Arbeitskräfte, und zwar in Bezug auf Quantität und Qualität, Qualifikationen, Altersstruktur, Kosten und Produktivität. Als externe Arbeitskräfte bezeichnen wir dabei unter anderem Freelancer, Berater und Mitarbeiter ausgelagerter Tätigkeitsfelder.

☑ Total Workforce Management international: Polen und Ungarn zuerst.

In Polen bei PTC wie in Ungarn bei Magyar Telekom haben wir TWM erstmalig erfolgreich im Ausland pilotiert. Damit sind wir nun auch in diesen beiden Ländern in der Lage, die „Qualität des Personalkörpers“, die zukunftsfähige Personal- und Know-how-Struktur, geschäftsbasiert zu optimieren. Die Implementierung in unseren weiteren europäischen Landesgesellschaften Slowakei und Tschechische Republik erfolgt 2011 und voraussichtlich bis 2012 in allen anderen Landesgesellschaften.

☑ Überblick über die Arbeitskosten: Global Labor Cost Management.

Das im Sommer 2010 gestartete Konzernprojekt „Global Labor Cost Management“ (LCM) ist Bestandteil des Total Workforce Management der Telekom. LCM unterstützt die Planung und Steuerung der Personalkosten. Damit unterstützt es zum einen die Personalplanung, zum anderen trägt es zur marktgerechten Vergütung bei. Ziel des Projektes ist es, Personalaufwendungen und Vergütungsstrukturen in den Ländern konzernweit transparent zu machen. Durch die erzielte Transparenz lassen sich notwendige Anpassungen an volkswirtschaftliche, branchenbezogene und lokale Eckpfeiler in den Ländern steuern. Als zusammenfassende Dokumentation der wesentlichen Ergebnisse pro Legaleinheit wurden sogenannte LCM-Reports entwickelt, die wir den Gesellschaften als Steuerungsinstrument zur Verfügung stellen.

☑ Skill-Management: Fähigkeiten und Know-how sichern.

Mit unserem Skill-Management bauen wir wegweisendes Know-how und zukunftssteife Fähigkeiten in unserem Konzern gezielt auf und aus. Die Prognose zukünftig benötigter Skills und der Vergleich mit der Skillbasis in den einzelnen Jobfamilien der heutigen Belegschaft bilden das Fundament dieses zielführenden Skill-Managements. Noch fehlende Skills vermitteln wir den Mitarbeitern konzernweit über unsere fachspezifischen CAMPUS-Programme. T-Systems hat außerdem am 1. Juli 2010 eine Service Agency für die gesamte Organisation eingerichtet, um die Skill-Shift-Maßnahmen umzusetzen. Sie koordiniert und steuert die Höher- und Umqualifizierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, um sie mit dem Know-how auszustatten, das zukünftigen Markterfordernissen entspricht. Parallel dazu treibt T-Systems mit dem Projekt „People Empowerment“ die Um- und Weiterqualifizierung für rund 1 100 Mitarbeiter voran. Ziel ist es, auf erfolgskritisches Know-how im Unternehmen selbst zu bauen. Das „Staffing“ – die passgenaue Personalbesetzung – der Kundenprojekte steuert T-Systems primär über eine Skill-Datendank, die derzeit bereits über 20 000 Skill-Profile enthält.

☑ Weiterbildung neu aufgestellt.

Den Know-how-Aufbau fördern wir auch mit unserer konzerneigenen Weiterbildung. Sie unterstützt den Transformationsprozess der verschiedenen Einheiten im Konzern mit zukunftsorientierten Qualifizierungen und Lernkonzepten. Im Januar 2011 ist unsere „neue Weiterbildung“ unter der Dachmarke Telekom Training gestartet. Unser neu ausgerichteter interner Weiterbildungsträger führt die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehrerer Weiterbildungsbereiche im Konzern zusammen. Sein Ziel ist es, als echte Serviceeinheit seine Leistungen nah am Business, effizient in seinen Strukturen und mit hoher Qualität anzubieten. Unser Weiterbildungsträger Telekom Training ist fest in die strategische Geschäftsentwicklung eingebunden – und zwar über eine auf dem Total Workforce Management

basierende, konzernweite Weiterbildungsplanung. Sie ermöglicht einen optimalen Ressourceneinsatz und sichert die künftige Beschäftigungsfähigkeit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Qualifizierung: umfassendes Weiterbildungsangebot.

2010: 6,2 Tage Weiterbildung pro Mitarbeiter in Deutschland.

Aktuelles Know-how ist unerlässlich, um die Telekom in der Erfolgsspur zu halten. Darüber hinaus ist die Möglichkeit, sich beruflich-persönlich weiterzuentwickeln, ein wichtiger Faktor, unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motiviert und begeistert im Konzern zu halten. Allein in Deutschland haben unsere Mitarbeiter im Jahr 2010 an rund 775 000 Qualifizierungstagen teilgenommen. Das entspricht 6,2 Qualifizierungstagen, die wir je Mitarbeiter für die Weiterbildung zur Verfügung gestellt haben – und einem Investitionsvolumen in das Know-how unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von fast 170 Millionen Euro.

Gesundheitsmanagement.

Ein Gesundheitsmanagement, das als reiner „Reparaturbetrieb“ funktioniert, ist für uns nicht akzeptabel. Wir wollen Vorreiter einer proaktiven Gesundheitskultur sein. Und wir sind auf einem guten Weg.

Proaktive Gesundheitskultur: Gesundheitsrisiken rechtzeitig erkennen.

Für unsere Bemühungen um die psychische Gesundheit unserer Belegschaft sind wir im Jahr 2010 mit dem Corporate Health Award, der unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales steht, ausgezeichnet worden. Gerade bei der Auseinandersetzung mit Themen wie Arbeitsgestaltung, Stressbelastung und Bewältigung von Veränderungsprozessen sind neben Gesundheits- und Personalexperten das gesamte Management und auch der Sozialpartner gefragt. Das gilt insbesondere, wenn sich Schwächen in Arbeitsgestaltung und Führung offenbaren. Um dies zu überprüfen, haben wir zunächst bei der [Mitarbeiterbefragung](#) vom 25. Oktober bis 14. November 2010 rund 50 Fragen zur psychischen Arbeitsbelastung und Gesundheit gestellt. Die Befragung soll uns helfen, Risiken, die sich aus der Arbeitssituation ergeben, rechtzeitig zu erkennen und Gegenmaßnahmen einzuleiten.

Gesundheitskompetenz und Gesundheitsbewusstsein fördern.

Unsere Gesundheitsmaßnahmen reichen von speziellen Angeboten für die Nachwuchskräfte über Seminare zur Stressbewältigung bis hin zur Gripeschutzimpfung oder einem Gesundheits-Check. Unabhängig von der Mitarbeiterbefragung fördern wir mit unserem Gesundheitsmanagement und konzernweiten Präventivangeboten die Gesundheitskompetenz und das Gesundheitsbewusstsein aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – zum Beispiel auch durch das gut genutzte Angebot persönlicher und telefonischer Führungskräfte- und Mitarbeiterberatung. Eines ist jedoch jenseits aller Programme und Angebote klar: Schlüsselvoraussetzung einer gesunden Unternehmenskultur ist es, dass Führungskräfte das eigene Führungsverhalten reflektieren, zu hohe Veränderungsintensität reduzieren und Planungsqualität verbessern.

Einheitlich hohe Standards: internationales Health & Safety-System.

Den konzernweiten Ansatz unseres Arbeits- und Gesundheitsschutzes unterstützen wir mit einem international einheitlichen Health & Safety-Managementsystem. Der Roll-out hat bereits in elf internationalen Tochterunternehmen begonnen, nämlich bei den T-Systems Ländergesellschaften in Brasilien, Großbritannien, Malaysia, Mexiko, Österreich, den Niederlanden, Südafrika, Ungarn, den USA und der Slowakei sowie bei Slovak Telekom. Damit haben wir den Grundstein für künftig weltweit einheitliche Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz gelegt. Das System basiert auf den internationalen Standards OHSAS 18001, ISO 14001 und ISO 9001 für Gesundheits-, Arbeits- und Umweltschutz sowie Qualität. Geplant sind Mindeststandards zum Beispiel zur Hygiene, zu Erster Hilfe und zu medizinischen Maßnahmen in einem Krisenfall. Auch legen wir einheitliche Kennzahlen fest, zum Beispiel um Ausfallzeiten zu messen. Durch Mindeststandards und entsprechende Kennzahlen schaffen wir international nicht nur mehr Transparenz und bessere Vergleichbarkeit, sondern weitere Optimierungspotenziale. Außerdem sind einheitliche Standards und Kennzahlen eine Grundlage unserer langfristigen Pandemievorsorgeplanung. Mit ihr wollen wir auf der einen Seite unsere Mitarbeiter bestmöglich schützen; auf der anderen Seite versetzen wir unser Unternehmen dadurch in die Lage, auch im Krisenfall die weltweite Telekommunikations-Infrastruktur aufrechtzuerhalten. Basierend auf den gesammelten Erfahrungen werden wir das Health & Safety-Managementsystem 2011 und 2012 in jeweils zehn weiteren Konzerneinheiten umsetzen.

Vergütung.

Faire und zugleich marktgerechte Konditionen und Gehälter sind ein wichtiges Steuerungsinstrument, um die Telekom in Wandel und Wettbewerbsdruck handlungsfähig zu halten.

Deutsche Telekom steht für faire Gehälter.

Bereits im März 2009 hat das Group Diversity Management einen Vergütungsvergleich zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten durchgeführt. Die Analyse ergab, dass in Deutschland keinerlei geschlechterspezifische Bezahlungsunterschiede bei außertariflichen Mitarbeitern vorliegen. Bei der Gruppe der Tarifkräfte können wir eine geschlechtsspezifische Benachteiligung ausschließen, da sich die Bezahlung der Tarifkräfte ausschließlich nach der Eingruppierung in die jeweiligen Funktionen richtet. Mit dem Ergebnis stellt die Deutsche Telekom unter Beweis, dass sie faire Gehälter für Frauen und Männer gleichermaßen zahlt und keine Entgeltdiskriminierung zulässt. Hierbei handelt es sich zunächst um eine stichprobenartige Analyse, die zukünftig ausgeweitet wird.

Ergebnisse der Tarifrunden 2011. Wir pflegen eine vertrauensvolle Beziehung zu den Arbeitnehmervertretern. Die erfolgreiche Zusammenarbeit belegen unter anderem die Ergebnisse der Tarifrunden. In der Tarifrunde 2011 haben sich die Verhandlungspartner auf folgendes Ergebnis für die Beschäftigten der Deutschen Telekom, der Telekom Deutschland und der Servicegesellschaften verständigt:

- Die Mitarbeiter der Deutschen Telekom AG, Telekom Deutschland GmbH, Deutsche Telekom Technischer Service GmbH, Deutsche Telekom Kundenservice GmbH und Deutsche Telekom Netzproduktion GmbH erhalten ab dem 1. April 2011 3,15 Prozent mehr Entgelt, mindestens 75 Euro monatlich. Dies bedeutet – umgerechnet auf einen Zwölf-Monats-Abschluss – eine branchenkonforme Anhebung von 2,25 Prozent.
- Die Mitarbeiter in den Servicegesellschaften, die von den im Jahr 2007 vereinbarten Absenkungen des Entgelts betroffen waren, erhalten zusätzlich rückwirkend zum 1. Januar 2011 zwei Prozent mehr.
- Die Laufzeit des Tarifvertrages beginnt am 1. Januar 2011 und endet am 31. Januar 2012.
- Der Ende 2010 ausgelaufene Kündigungsschutz für die Deutsche Telekom AG und Telekom Deutschland GmbH ist bis zum 31. Dezember 2012 verlängert worden. Für die Deutsche Telekom Technischer Service GmbH, Deutsche Telekom Kundenservice GmbH, Deutsche Telekom Netzproduktion GmbH gilt weiterhin der bestehende Kündigungsschutz bis zum 31. Dezember 2013.
- Die Ausbildungsvergütung erhöht sich jeweils zum 1. April 2011 um 40 € .

Führungskräftevergütung konzernweit einheitlich .

Die Vergütungspraxis für Führungskräfte ist konzernweit durch die „Global Compensation Guideline“ vereinheitlicht. Die Richtlinie stellt sicher, dass die Vergütungspakete der Führungskräfte im Konzern standardisiert und marktgerecht ausgestaltet sind. Auch lassen sie sich im jeweiligen Marktumfeld gesamtheitlich betrachten und konzernweit einheitlich analysieren und bewerten.

Betriebliche Altersversorgung.

- **Kapitalkontenplan:** Die Telekom bietet ihren Beschäftigten auf der Grundlage freiwilliger Zusagen eine lukrative arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung. Der Kapitalkontenplan stellt ein modernes, beitragsorientiertes Versorgungssystem dar.
- **Pensionsfonds der Telekom:** Ergänzend zum Kapitalkontenplan bietet die Telekom ihren Beschäftigten eine optionale ausschließlich arbeitnehmerfinanzierte betriebliche Altersversorgung über den Pensionsfonds der Telekom. Damit lassen sich mögliche Versorgungslücken im Alter schließen und nach Wunsch auch die Risiken Berufsunfähigkeit und/oder Todesfall weitgehend absichern.

Internationalisierung.

Mit One Company wächst die Deutsche Telekom zu einem globalen Unternehmen zusammen. Der Personalbereich treibt diese Entwicklung mit einer international ausgerichteten Personalarbeit voran.

☑ Mitarbeiterbeziehungen: nationale Eigenständigkeit, globaler Rahmen.

In der Gestaltung unserer Beziehungen zu Mitarbeitern richten wir den Blick auf regionale, nationale und kulturelle Besonderheiten. Gerade auf diesem Feld ist Respekt vor den legalen und kulturellen Charakteristika jedes Landes besonders angebracht. Dies gilt vor allem im Umgang mit betrieblichen Arbeitnehmervertretern und nationalen Gewerkschaften, aber auch mit Landesgesellschaften, bei denen auf Grund spezifischer, gesetzlich definierter Anerkennungsverfahren keine gewerkschaftliche Vertretung vorhanden ist. Überall respektieren wir die gewachsenen Formen der Zusammenarbeit mit den legitimierte Arbeitnehmervertretern beziehungsweise den Belegschaften in den verschiedenen Ländern. In unserer „Guideline for the Cooperation with Employee Representatives“ haben wir uns sehr klar zur Verantwortung des jeweiligen nationalen Managements und seiner HR-Verantwortlichen für die Gestaltung der „Employee Relations“ bekannt. Die Basis für unsere Guideline bilden – neben unseren Guiding Principles und den nationalen Regelungen – auch international anerkannte Grundsätze wie die des [Global Compact](#) der Vereinten Nationen, die [OECD-Richtlinien](#) und die Kernarbeitsnormen der [International Labour Organization \(ILO\)](#).

☑ Global Employee Relations Management: Mitarbeiterbeziehungen vielfältig gestalten.

Der Bereich Global Employee Relations Management gibt Orientierung und fördert den Erfahrungsaustausch zur Gestaltung der vielfältigen Mitarbeiterbeziehungen in den verschiedenen Ländern. Hierfür entwickelt der Bereich in Abstimmung mit der internationalen HR Community und anderen Competence Centern eine gruppenweite „Employee Relations Policy“. Diese beschreibt, wofür wir weltweit in der Beziehung zu unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern stehen – unter Achtung des jeweils in den einzelnen Ländern geltenden Rechts sowie der kulturellen Gepflogenheiten. Ebenfalls im Rahmen der Gestaltung eines globalen Employee und Industrial Relations Managements wollen wir im Frühjahr 2011 auf dem Forum „Employee Relations in a Connected World“ den Dialog dazu weiter vorantreiben und vertiefen. Ferner unterstützt und berät der Bereich die arbeitsrechtliche Konformität und die Einhaltung konzernweiter internationaler Regelungen. Schließlich übernimmt ERM die HR-seitige Koordinierungs- und Bündelungsrolle, die im Rahmen internationaler Fusionen und Akquisitionen der Deutschen Telekom.

☑ Plattformen für deutsche und internationale Sozialpartnerschaft.

Mit dem Konzernbetriebsrat, unserem Ansprechpartner für alle Mitbestimmungsthemen auf der Ebene des deutschen Konzerns, verbindet uns eine sehr aktive Sozialpartnerschaft. Der Konzernbetriebsrat tagt cirka alle sechs bis acht Wochen. Fester Bestandteil der Sitzungen ist das Gespräch mit dem Arbeitgeber, an dem regelmäßig der Konzernpersonalvorstand und andere Entscheidungsträger teilnehmen. Daneben führen wir gemeinsam eine Vielzahl von Verhandlungsterminen, Ausschusssitzungen und sonstiger Besprechungen durch, die auch im Jahr 2010 erfolgreich dazu beigetragen haben, unsere Unternehmensziele zu erreichen. Über den Europäischen Betriebsrat (EBR) der Deutschen Telekom pflegen wir eine aktive Sozialpartnerbeziehung mit den Arbeitnehmervertretern von Tochter- und Beteiligungsunternehmen in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union. Jährlich finden zwei reguläre Sitzungen des EBR und vier Präsidiumssitzungen statt; regelmäßig stehen bei den Sitzungen des EBR Mitglieder des Konzernvorstandes für Diskussionen und Erläuterungen zur Verfügung.

Servicekultur.

Umfassende Transformation zur „Neuen Telekom“ .

Effizienz ist nicht immer kreativ und Kreativität oft genug nicht effizient. Dennoch braucht die Telekom beide Elemente, um auch in Zukunft im Markt erfolgreich zu agieren. Wir wollen den Balanceakt zwischen hocheffizientem Serviceunternehmen und kreativem Innovationstreiber bewältigen. Schlüssel dazu sind richtige Führung, vorbildhaftes Serviceverhalten der Führungskräfte und vor allem eine globale Unternehmenskultur, die auf unternehmerische Mitverantwortung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzt. Die Grundlage dafür haben wir bereits mit unseren [Guiding Principles](#) geschaffen. Als „Enterprise 2.0“ wollen wir Hierarchie und Statussymbole verringern und Freiraum für mehr Mitunternehmertum schaffen. Social Media und Web 2.0 eröffnen uns dabei die Chance auf globale Vernetzung, Interaktivität und kurze Kommunikationswege.

Leitbild.

Gelungene Umsetzung der Guiding Principles.

2010 haben wir unseren Code of Conduct (CoC) aktualisiert. Darin sind unsere Leitlinien, die Guiding Principles, konkretisiert und präzise beschrieben. Im Januar 2011 begann in Deutschland der internationale Roll-out unseres neuen CoC. Damit veranschaulichen wir, was die Guiding Principles für Mitarbeiter sowie Führungskräfte im Arbeitsalltag bedeuten – und etablieren einen Verhaltenskodex für den gesamten Konzern. Unsere Führungskräfte fordern wir dazu auf, das Verhalten vorzuleben, das wir von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erwarten. Wir gehen davon aus, dass sich alle Beschäftigte der Deutschen Telekom Gruppe couragiert an den Guiding Principles orientieren und rechtliche sowie ethische Verstöße melden. Für ihre Rolle als Multiplikatoren von Konzernstrategie, Guiding Principles und Kodex stärken wir unseren Führungskräften gezielt den Rücken. Beispiel Telekom Deutschland GmbH: Bereits die Hälfte aller deutschen Führungskräfte hatte bis September 2010 an den Workshops des mehrstufigen Programms „Initiative 2010 Deutschland. Strategie und Integration – Leitlinien und Leadership“ teilgenommen. Damit vertiefen wir erfolgreich das Führungsverständnis von One Company. Das Feedback der Workshop-Teilnehmer ist sehr gut und der Dialog zu One Company über alle Führungsebenen hinweg fest etabliert. Das zeigte auch die Evaluation der Initiative im Rahmen der spirit@telekom Befragung im Oktober 2010. Danach vertrauen 68 Prozent der Befragten auf den Erfolg durch One Company. 73 Prozent bestätigen, dass sie die Guiding Principles in der täglichen Arbeit umsetzen.

Initiativen.

Top-Exzellenz im Kundenservice: Den Weg dorthin haben wir in Deutschland wie in Europa und den USA mit zahlreichen Initiativen konsequent weiter beschritten.

Gelebte Servicekultur im gesamten Konzern.

Ein Beispiel für internationale Service-Initiativen ist das dreiphasige Servicekultur-Programm der kroatischen Hrvatski Telekom. Drei Jahre lang, bis 2011, schult sie ihr technisches Personal in allen Fragen und Belangen der Servicekultur. Ihr Ziel: „Kunden begeistern“. Auch in Deutschland betreiben wir weiter intensiv Servicequalifizierung als „Breitensport“. Allein in unseren drei Servicegesellschaften haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2010 über 100 000 Servicequalifizierungstage absolviert.

Service Akademie fortgesetzt.

2010: Schulungen für über 1 900 Führungskräfte.

Um das Service-Verständnis unserer Führungskräfte weiter zu vertiefen, haben wir die erfolgreiche deutsche Service Akademie fortgesetzt. Bereits seit 2008 treibt die Akademie die Entwicklung und Verankerung der neuen Serviceorientierung voran. In Workshops, Trainings und Praxiseinsätzen lernen die Führungskräfte des deutschen Konzerns, ihr Verhalten auf den Kunden auszurichten und auch ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter serviceorientiert zu führen. Standen die ersten beiden Phasen ganz im Zeichen der Vermittlung eines gemeinsamen Führungsverständnisses („Service Leadership“) und dessen beispielhafter Erfahrung, so erfolgt in Phase 3 seit Mai 2010 die praktische Anwendung des Gelernten in realen Projekten. Mehr als 1 900 Führungskräfte haben 2010 die Angebote der Service Akademie genutzt. Bereits rund 900 haben Phase 3 abgeschlossen. Viele Ländergesellschaften haben vergleichbare Service-Initiativen aufgelegt, um ihre Führungskräfte zu verpflichten und zu inspirieren.

Servicekarrieren: eigener Karriereweg für Top-Serviceleister.

Mit der Servicekarriere haben wir einen neuen, auf alle drei Servicegesellschaften in Deutschland jeweils genau zugeschnittenen Karriereweg etabliert. Er bietet besonders leistungsstarken Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine weitere hochkarätige Möglichkeit der beruflichen Weiterentwicklung – über Top-Leistung im Service. 1 100 Mitarbeiter haben ihre Kompaktqualifizierung auf ihre Zusatzfähigkeit beziehungsweise ihre neue Tätigkeit im Rahmen der Servicekarriere aufgenommen. Die Qualifizierungsphase dauert maximal zehn Monate und führt zu unterschiedlichen Zieltätigkeiten, beim Vertrieb und Service Deutschland zum Beispiel als Kundenberater oder als Teamleiter. Damit wollen wir sowohl die persönlichen Entwicklungsperspektiven als auch die Lösungs- und Servicekompetenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber den Kunden verbessern. Darüber hinaus bietet die Servicekarriere auch finanzielle Anerkennung.

Kulturwandel.

Change-Management: den Wandel unterstützen .

Wir brauchen ein professionelles und konzernweit hochwertiges Change-Management, das auch die Emotionalität und subjektive Betroffenheit einbezieht. Nur so können wir die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den einschneidenden und kontinuierlich umwälzenden Veränderungen zur „Neuen Telekom“ mitnehmen, Unternehmenskultur und neue Strukturen im Arbeitsalltag verankern. In den Jahren 2009 und 2010 lag der Fokus des HR-Bereichs darauf, die One Company-Integration aktiv zu begleiten.

☐ „Change Haus“: Basis des Change-Managements.

Unsere Instrumente und Initiativen für den Wandel haben wir unter dem Begriff „Change Haus“ gebündelt. Seit 2010 haben wir damit ein effizientes, konzernweit standardisiertes Change-Management etabliert, das zugleich Rücksicht nimmt auf spezifisch regionale und lokale Gegebenheiten. Damit systematisieren wir auch unser internationales Transformationsmanagement.

☐ Change Navigator, Qualifizierung und Change Community.

Eigene Wiki-Plattform unterstützt Change-Management.

Die Basis unseres konzernweiten Change-Managements ist der „Change Navigator“. Im Navigator sind praktische Tools, Arbeitsdokumente und optimale Methoden aus den einzelnen Konzerneinheiten hinterlegt, die jeder Change-Experte in seiner Arbeit nutzen kann. Die Tools sind so variabel angelegt, dass beispielsweise auch Führungskräfte, die Veränderungsprozesse begleiten, den Change Navigator nutzen können. Anfang 2011 haben wir mit dem internationalen Roll-out des überarbeiteten Change Navigator begonnen. Neben der Unterstützung im laufenden Change-Management-Prozess ist die Qualifizierung aller Change-Experten, der Ansprechpartner seitens HR und Führungskräfte ein weiterer wichtiger Baustein des Change Hauses. Hierfür haben wir ein abgestuftes System von Trainings geschaffen, in denen sich unsere Change-Experten weiterbilden und informieren können. Hier geht es um große Change-Projekte, beispielsweise im Professional Program „Change Management“, das im November 2010 bei der renommierten britischen Henley Business School, einem unserer Kooperationspartner, gestartet ist. In der Change Community können sich Change-Experten über ihre Projekterfahrungen und Best Practices weltweit austauschen: pro Jahr in vier internationalen Community Calls und persönlich auf der internationalen Change Community Conference, zuletzt im November 2010 in der slowakischen Hauptstadt Bratislava.

Darüber hinaus hat HR Europe die Telekom Wiki-Plattform „Transformation Management“ entwickelt. Über das Tool können sich HR-Mitarbeiter, Change-Experten und interessierte Mitarbeiter umfassend über das Change-Management des Konzerns oder einzelner Segmente informieren. Ein weiteres Beispiel ist die „Transformation Management Toolbox“. Sie bietet HR-Experten konzernweit Leitfaden und Best Practices für die Entwicklung und Umsetzung eigener Change-Maßnahmen.

Bei T-Systems informiert eine Online-„Change Orientation Tour“ Führungskräfte, HR Business Partner und Change-Experten.

Wir unterstützen unsere Führungskräfte als Motoren des Wandels auch durch entsprechende Entwicklungsprogramme. T-Systems zum Beispiel hat dafür die eigene Workshopreihe „PE@T-Systems“ aufgelegt. Sie stärkt die Rolle der Führungskräfte als Personalentwickler und Change-Manager in einer Person. Die erfolgreiche Reihe wird 2011 in allen T-Systems Landesgesellschaften implementiert. Darüber hinaus werden wir auch künftig auf externes Know-how zurückgreifen, um Change-Projekte in der Telekom Gruppe konzernübergreifend zu beraten und zu begleiten.

☐ Erfolgsindikatoren Mitarbeiterbeteiligung, Controlling und Feedback.

Um Erfolge, Tendenzen und möglichen Justierungsbedarf unseres Change-Managements zu überprüfen, setzen wir auf eine feingliedrige Feedback-Systematik. Dazu zählen unsere zweimal jährlich stattfindenden Pulsbefragungen. Sie liefern uns ein aktuelles Trend- und Stimmungsbild unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, etwa hinsichtlich der Zufriedenheit und der Akzeptanz der Konzernstrategie. Für Tiefenmessungen in Sachen Engagement, Serviceverhalten und Gesundheit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verfügen wir mit der konzernweiten Mitarbeiterbefragung über ein zuverlässiges Barometer. Neben diesem umfassenden Mitarbeiter-Feedback messen wir den Change-Fortschritt auch individuell, so etwa über das „360°-Feedback“ für unsere Führungskräfte. Auch in der bereits erwähnten „Initiative 2010“ wird zum Beispiel das Instrument 360°-Feedback zur persönlichen Standortbestimmung genutzt.

Mitarbeiterbeteiligung.

Damit sich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für die Entwicklung des Unternehmens einsetzen und sich mit ihm identifizieren, müssen sie aktiv eingebunden sein – beispielsweise indem sie Ideen und Vorschläge „ohne Ansehen der Person“ einbringen können. Flachere Hierarchien, neue Arbeitsformen und Kommunikationsmöglichkeiten sowie regelmäßige Befragungen tragen ebenfalls dazu bei, einen offenen Dialog und produktiven Austausch zu etablieren.

▼ Mitarbeiterbefragung 2010 mit Rekordbeteiligung.

Rund Dreiviertel aller Beschäftigten weltweit befragt.

An der dreiwöchigen Mitarbeiterbefragung (MAB) im Oktober/November 2010 haben rund 138 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus 27 Ländern teilgenommen. Die Rücklaufquote erreichte ein Rekordergebnis von 72 Prozent. Als erstes DAX-Unternehmen hat die Telekom in ihrer aktuellen MAB umfassende Fragen zum Thema psychische und physische Gesundheit gestellt. Den Fragebogen dafür haben wir zusammen mit der Technischen Universität Dresden entwickelt. Zudem stellte die Universität Vergleichswerte von Firmen aus den Bereichen Dienstleistung, Produktion, Verwaltung und IT zur Verfügung. Gemessen an diesen Daten liegt die Telekom in Sachen Gesundheit leicht über dem Durchschnitt. Von den Faktoren, die Gesundheit beeinflussen, bewerteten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das interne Miteinander sowie die Führungsqualitäten ihrer direkten Vorgesetzten besonders positiv. Beides federt die als relativ hoch bewertete Arbeitsbelastung zum Teil ab. Insgesamt beurteilen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre direkten Führungskräfte jedoch etwas schlechter, als sie es in der Mitarbeiterbefragung vor zwei Jahren getan haben. Im nächsten Schritt hat jede Führungskraft ab Mitte Februar eine detaillierte Teamauswertung der Befragungsergebnisse mit daraus abgeleiteten Handlungsempfehlungen erhalten. Auf Basis der Detailergebnisse werden wir maßgeschneiderte Maßnahmenpakete entwickeln.

▼ Ideenmanagement: Mitarbeiter in die Weiterentwicklung der Telekom einbinden.

Das Ideenmanagement der Telekom ist schon heute ein wichtiges Element der Mitarbeiter-Teilhabe an der Unternehmensgestaltung. Dies gilt für alle Themen, Aspekte und Bereiche der Telekom, vom Kundenservice über interne Prozesse bis zu Produktinnovationen. Mit seinen [interaktiven Tools](#) weist das Ideenmanagement zugleich den Weg zu einer weiteren Öffnung der Telekom im Inneren und nach außen.

▼ Enterprise 2.0: Telekom unter den führenden Social Media-Unternehmen.

Wir verstehen „Enterprise 2.0“ als die strategische Neugestaltung unserer Informations-, Dialog- und Kollaborationsprozesse durch den Einsatz von Technologie einerseits und Wandel von Kultur und Zusammenarbeit andererseits, um den Wandel zur neuen Telekom zu beschleunigen. Durch das neu gegründete Center of Excellence Enterprise2.0 moderieren wir die rasanten 2.0 Entwicklungen für unsere Kunden und unsere Mitarbeitern. Die nachfolgende Zusammenfassung zeigt vor allem eins: Im Web 2.0 sind wir als Unternehmen Deutsche Telekom bereits an vielen Stellen angekommen und fest integriert. Das gilt überwiegend für unsere Außenwirkung, zum Beispiel im Recruiting (Nachwuchssuche, Personalbeschaffung), aber auch für unsere interne Arbeitsorganisation und unser Wissensmanagement, für den internationalen wie den deutschen Konzern:

- In unseren internen Enterprise 2.0-Medien wie dem Telekom Wiki, der Blog-Plattform und im sozialen Netzwerk „People Network“ sind über 31 000 User registriert.
- Über unsere Kooperationsplattform Wiki werden mehr als 1 300 Projekte abgewickelt. Das Wiki steht als für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter offenes „Telekom Wiki“ und als nach Projekt- und Benutzergruppen geschlossenes „Telekom MyWiki“ zur Verfügung. Die interne Medienbefragung hat ergeben, dass das Telekom Wiki das Medium mit höchstem Nutzen und größtem Vertrauen seitens der Mitarbeiterschaft ist – noch vor den redaktionellen Beiträgen im Intranet und das bereits nach knapp zwei Jahren Laufzeit. Bereits 51 Prozent aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter kennen das Wiki.
- Der Konzern führt über 50 deutschsprachige Twitterkanäle.
- Es existieren über 80 Telekom Facebook-Accounts und 20 YouTube-Channels.
- Das überragende Beispiel: T-Mobile USA erreicht über die gezielte Nutzung von Social Media mehr als 10 Millionen Kunden.

- Mit „Social Media in HR“ sind wir in den beiden führenden Rankings der Professoren Wolfgang Jäger und Christoph Beck die Nummer eins von 110 DAX-, MDAX- und TecDAX-Unternehmen im Personalmarketing-Kontext.

☑ Kunden- und Partnerdialog: Center of Excellence Enterprise 2.0.

Jetzt geht es für uns darum, das Web 2.0 noch gezielter und stringenter einzusetzen, um als Enterprise 2.0 unsere Entwicklung zum Marktführer für Vernetztes Leben und Arbeiten zu beschleunigen. Im Bereich Culture Management treiben wir mit dem im Juli 2010 ins Leben gerufenen „Center of Excellence Enterprise 2.0“ vier Kernthemen für den Konzern konzentriert voran: neue Interaktion in Kunden- und Partnerdialog, Kultur, Kommunikation und eine integrierte Enterprise 2.0-Infrastruktur.

Ziel ist es, möglichst viele Beteiligte, Mitarbeiter, Kunden und Partner, in unsere Wertschöpfungsprozesse einzubeziehen. Das heißt, wir prüfen sowohl unsere Wertschöpfungsketten auf eine mögliche Einbindung von Partnern als auch den Einsatz von 2.0-Instrumenten. Dazu müssen wir die Konvergenz der Kundenmedien intern sicherstellen und neue Interaktionsplattformen aufbauen. Erste Programme dazu haben wir bereits angestoßen, so etwa im Bereich Open Innovation mit der Entwickler-Community Developer Garden oder im Kundendialog über umfangreiche Aktivitäten auf Social-Media-Plattformen wie zum Beispiel Twitter, Facebook und in diversen Foren.

☑ Kompetenz und Technik für Enterprise 2.0.

Unser Ziel ist es, eine ausgeprägte Kompetenz aller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für den Umgang mit neuen und zukunftsweisenden Medien aufzubauen. Dafür schaffen wir zunächst einheitliche Rahmenbedingungen zur Nutzung der interaktiven Medien. Die Social Media-Grundsätze sowie Marketing-Empfehlungen haben wir dazu bereits fertiggestellt. Zur interaktiven Kommunikation zählt intern, das Intranet als Feedback- und Dialoginstrument völlig neu auszurichten, Instrumente der Zusammenarbeit wie die Wikis, Blogs und soziale Netzwerke weiter auszubauen und auch die externe Enterprise 2.0-Kommunikation zu verstärken. Im Rahmen von Coachings und Trainings werden wir 2011 unsere Vorstände, Führungskräfte und Mitarbeiter immer stärker mit der Nutzung sozialer Netze im Arbeitsalltag vertraut machen. Zukünftig wollen wir mit integrierten Techniken eine einheitliche, interne Enterprise 2.0-Infrastruktur schaffen. Damit tauchen wir in ein neues Zeitalter der Zusammenarbeit ein. Die Infrastruktur soll international, konzernweit und netzunabhängig funktionieren und effizientes Arbeiten ermöglichen – auf beliebigen Endgeräten, überall und zu jeder Zeit. Derzeit evaluieren wir, auf welchen Standards die Enterprise 2.0-Infrastruktur der Telekom basieren wird, um Nutzerfreundlichkeit, einfachen Zugriff und Sicherheit zu gewährleisten.

☑ Neue Unternehmenskultur für mehr Selbstorganisation.

Um eigenständiges, selbstverantwortliches Handeln unseres Personals zu fördern, erarbeiten wir zurzeit Konzepte, wie sich Enterprise 2.0 in Führungsinstrumenten und -programmen verankern lässt. Darüber hinaus entwickeln wir flexible Modelle der Arbeitszeitsouveränität und Trainingsmaßnahmen, zum Beispiel Mentoring-Programme für Nachwuchstalente. Teilhabe und unternehmerisches Denken der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter fördern wir außerdem mit Veranstaltungen wie selbstorganisierten Tagungen und Konferenzen mit unseren Kunden. Hier liegt der Fokus klar darauf, direkte, offene Kommunikation zu ermöglichen.

Talent Agenda.

Mit der Vielfalt der Talente zur Neuen Telekom.

Ob Auszubildende, dual Studierende, Berufseinsteiger oder Experten und Führungskräfte mit Berufserfahrung: Wir brauchen auf allen Ebenen und in allen Bereichen unseres Unternehmens besonders kompetente und kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Sie sind es, die echte Innovationen schaffen, in attraktive Produkte und Services umsetzen und damit die Deutsche Telekom vorantreiben. Um solche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu gewinnen, zu binden und zu entwickeln, ist der Konzern Vorreiter für eine zukunftsorientierte Personal- und Talentpolitik. Wir ziehen die besten Talente in ihrer ganzen Vielfalt an, indem wir als Arbeitgeber attraktive Entwicklungsmöglichkeiten und Arbeitsumfelder bieten. Und wir verknüpfen die unterschiedlichen Potenziale und Bedürfnisse von Frauen und Männern zielführend und gewinnbringend.

Arbeitgebermarke.

Als attraktiver Arbeitgeber auf dem Weg in die Spitzengruppe.

In Deutschland sind wir 2010 wieder begehrtester Arbeitgeber in der Telekommunikationsbranche. Mit dafür verantwortlich ist unser innovatives Talent Recruiting. So gilt die Telekom, was den Einsatz von Social Media-Tools zur Talentgewinnung betrifft, inzwischen als Vorreiter unter den DAX-30-Unternehmen. Hier setzen die vielfältigen und innovativen Maßnahmen unseres zentralen Recruiting & Talent Services (RTS) Maßstäbe. Auch unsere herausragende Aus- und Weiterbildung und unser langjähriges Engagement als Befürworter des Bologna-Prozesses steuern viel zu dem wachsenden Ansehen als Arbeitgeber bei. Wir sind auf dem besten Weg in die Spitzengruppe der Talentunternehmen.

▾ Ausgezeichnetes Arbeitgeberimage.

Zweiter Platz im Employer Branding Award.

Zahlreiche aktuelle Auszeichnungen bestätigen uns als attraktiven Arbeitgeber, zum Beispiel der zweite Platz im Employer Branding Award von Trendence für den besten Imagewandel. Auch unsere weltweiten Gesellschaften und Beteiligungen sind in den Jahren 2009/2010 vielfach ausgezeichnet worden. Slovak Telekom etwa belegte den ersten Platz in der slowakischen „Best Employer“-Studie. Die kroatische Hrvatski Telekom konnte ebenfalls den ersten Platz erreichen, und zwar in dem Arbeitgeberranking „Employer of First Choice 2010“. Die ungarische Magyar Telekom belegte nicht nur 2009 Platz 1 in der ungarischen „Best Employer“-Studie, sondern gehört seit 2010 auch unter die Top 10 der „Best Employer in CEE“ – aller großen Arbeitgeber in ganz Zentral- und Osteuropa. Weitere hervorragende Platzierungen erreichten außerdem unsere Mobilfunkgesellschaften in den Niederlanden, Österreich, Polen, Tschechien und in den USA.

▾ „The Great Experience“: die globale Arbeitgeberpositionierung.

Auf dem Weg zum Top-Talentunternehmen intensivieren wir seit 2010 unsere Maßnahmen, die Telekom konsequent als weltweit profilierte Arbeitgebermarke zu etablieren. Nur so wird es uns gelingen, Talente überall in der Welt für eine Tätigkeit in der Telekom zu begeistern. Unter dem Leitmotiv „The Great Experience“ setzen wir derzeit Alleinstellungsmerkmale um, die die Qualitäten unseres Unternehmens als Arbeitgeber unverwechselbar herausstellen. Über eine Global Job Search Plattform erhalten Jobsuchende einen weltweiten Überblick über die externen Stellenausschreibungen unserer Gesellschaften. Bewerber können sich somit nicht nur in ihrem Heimatland, sondern weltweit einen Überblick über die Telekom und ihre attraktiven Einstiegsmöglichkeiten verschaffen. Parallel dazu wollen wir 2011 „The Great Experience“ auch innerhalb unseres Unternehmens erleb- und erfahrbar machen: mit neuen und flexibleren Arbeitsformen und -welten, die unser Unternehmen noch attraktiver für seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen. Hier setzen wir deutliche Zeichen – mit einem konzernweiten Engagement für Vielfalt (Diversity Management) und zahlreichen Maßnahmen zum Thema „Work-Life“.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Beschäftigte > TalentAgenda > Talentmanagement

Talentmanagement.

Wer als Unternehmen neue Talente sucht, sollte dort präsent sein, wo sich auch die Zielgruppe aufhält. Das ist zum Beispiel in der Generation der sogenannten Digital Natives, der „Eingeborenen des digitalen Zeitalters“, das World Wide Web, das weltumspannende Internet, insbesondere Social Media.

▼ Nachwuchssuche in der digitalen Welt.

Im Internet, genauer in sozialen Netzwerken, nutzen Digital Natives alle Möglichkeiten interaktiver Vernetzung, der Kommunikation in Echtzeit, mit unkonventionellen Dialogformen und flachen Hierarchien. Anders als früher erwarten die Bewerber heute einen direkten Einblick ins Unternehmen. Sie möchten wissen, wie ihr potenzieller neuer Arbeitgeber von innen aussieht, möchten ihre künftigen Kolleginnen und Kollegen kennenlernen, einen Eindruck von Themen und Bereichen gewinnen. Kurz: Sie wollen ein erlebbares Unternehmen. Genau hier liegt die große Chance sozialer Netzwerke. Anders als die traditionellen Medien erlauben sie einen direkten Austausch zwischen Unternehmen und Kandidaten, laden zum unmittelbaren Dialog und zur Partizipation ein. Daher nutzen wir konsequent Kanäle wie Facebook, Twitter oder Xing für das Recruiting. Wir verknüpfen unsere Präsenzen in den sozialen Netzen miteinander und mit der Karriereseite des Unternehmens. Damit erweitert und verbessert der Konzern sein Kontaktmanagement signifikant. Auf der Liste der erfolgreichen Maßnahmen findet sich die Job-App für das iPhone mit 22 000 Downloads (Stand: Februar 2011) bereits im ersten Jahr. Hinzu kommt die stark ausgebauten Präsenz unseres Unternehmens in zahlreichen sozialen Netzwerken. Im Rahmen von „T-Systems meets XING“ kombinieren wir das Recruiting über soziale Netzwerke erfolgreich mit der persönlichen Kontaktaufnahme während eines Afterwork-Events.

▼ Studierende und Absolventen als Talente gewinnen.

„Jump in!“: Direkteinstieg für mehr als 250 Absolventen im Jahr 2010.

Da 2010 die Talent-Ansprache unter Studierenden und Absolventen im Vordergrund stand, haben wir unser Dialogforum, das Barcamp „Technology meets Talent“, fortgesetzt. Als weitere Kontaktstellen zum studentischen Nachwuchs haben wir außerdem zwei Praktikanten-Programme aufgelegt, „Connect!“ und „Be International!“ Letzteres eröffnet überdurchschnittlich guten Studierenden die Chance auf ein Auslandspraktikum bei einer der Telekom Gesellschaften. Mit dem Studenten-Netzwerk Connect! schaffen wir für alle Praktikanten die Möglichkeit, nach Abschluss ihres Praktikums weiter Kontakte in den Konzern zu pflegen oder an Seminaren und Workshops teilzunehmen. Erfolgreich weitergeführt haben wir 2010 unsere Berufseinstiegsangebote für Absolventen, den Programmeinstieg „Start up!“ und den Direkteinstieg „Jump in!“. An Start up! haben rund 50 ausgezeichnete Hochschulabsolventen teilgenommen. Über Jump in! haben wir 2010 insgesamt über 250 Absolventen den Direkteinstieg in ihr präferiertes Einsatzfeld bei der Telekom ermöglicht.

▼ Gezielte Besten-Förderung im IT-Bereich.

Neben unseren Hochschulaktivitäten haben wir im Berichtsjahr weitere Ausbildungsinitiativen aufgelegt oder fortgeführt, mit denen wir unsere Talentsuche und -förderung noch besser aufstellen. Dazu zählt zum Beispiel das Programm „Young IT-Talents“, mit dem wir jährlich bis zu drei Prozent unserer besten Auszubildenden und Studierenden im IT-Bereich besonders fördern und binden wollen.

▼ Gesellschaftliches Bildungsengagement der Telekom.

- **MINT** (Mathematik, Informationstechnik, Naturwissenschaft, Technik): Mit vielen MINT-Initiativen wollen wir Mädchen und junge Frauen für technisch-naturwissenschaftliche Berufe, Fach- und Führungspositionen begeistern. So haben wir in den letzten fünf Jahren die Initiativen „MINT Zukunft schaffen“ und „erlebe IT“ sowie das Jugend-Mentoring-Programm „JUMP in MINT“ intensiv unterstützt. Auch haben wir 2010 im Rahmen der Wirtschaftsinitiative „Jugend denkt Zukunft“ wiederholt eine Innovationswoche mit Berliner Schulen durchgeführt.
- Am jährlichen **Girls' Day** haben wir uns wieder mit deutlich gesteigertem Erfolg beteiligt: mit über 4 000 (2009 rund 2 600) jungen Teilnehmerinnen an deutschlandweit 55 Standorten.

▼ Aktivität für benachteiligte Jugendliche.

66 jungen Erwachsenen den Berufseinstieg ermöglicht.

Die ersten Erfahrungen mit der „Einstiegsqualifizierung Jugendlicher“ (EQJ) sind sehr vielversprechend: Von 61 beteiligten Jugendlichen haben es 50 geschafft, einen Ausbildungsplatz zu erhalten. Damit trägt auch dieses Projekt maßgeblich dazu bei, unentdeckte Talente zu fördern. 2010 haben wir erneut 66 Jugendlichen die Chance zum Berufseinstieg geboten. Bis mindestens 2012 wollen wir mit dem

Pilotprojekt „Meine Chance – ich starte durch“, das wir in Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit durchführen, weiteren Jugendlichen, vor allem aus bildungsfernen Schichten, konkrete Perspektiven für den Berufseinstieg eröffnen.

Im Rahmen unserer Nachwuchssicherung entwickeln wir derzeit weitere Maßnahmen und Programme. Wir werden verstärkt auf bestimmte Bewerbergruppen zugehen, die wir in den nächsten Jahren aufgrund der demografischen Entwicklung für eine nachhaltige Nachwuchssicherung benötigen. Neben der Fortführung des EQJ-Programms wollen wir gemeinsam mit der Bundesagentur für Arbeit gezielt alleinerziehende Mütter und Väter für eine Ausbildung oder ein duales Studium gewinnen.

Aus- und Weiterbildung.

Ob als Auszubildende, dual Studierende, Berufseinsteiger oder Experten und Führungskräfte mit Berufserfahrung: Um unseren Kunden begeisterte Lösungen für das Vernetzte Leben und Arbeiten zu bieten, brauchen wir unter unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die gesamte, vielfältige und „bunte“ Palette von Talenten, von Können und Begabungen.

Top-Ausbildungsunternehmen.

Es bleibt dabei, die Telekom ist einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland. Und das mit gutem Grund: Auf keinem anderen Weg haben wir einen solch direkten Zugang zu einem so großen Pool hoch qualifizierter Talente für unser Unternehmen. Nirgendwo sonst müssen wir so wenig Überzeugungsarbeit leisten – etwa gegen das Behörden-Image eines ehemaligen Staatsbetriebes – wie bei jungen Menschen, die ihr Erststudium beziehungsweise ihre Berufsausbildung bei uns durchlaufen. Im Ausbildungsjahr 2010/2011 liegt die Zahl der Auszubildenden und dual Studierenden insgesamt bei rund 10 000.

Bologna@Telekom als „Talent-Biotop“.

Rund 1 000 unserer Nachwuchskräfte sind Studierende in dualen Studiengängen. Hinzu kommen über 200 Direktstudenten an der unternehmenseigenen Hochschule für Telekommunikation in Leipzig (HfTL). Als überzeugte Verfechterin der Bologna-Hochschulreform bündelt die Telekom in ihrer Initiative „Bologna@Telekom“ nicht nur alle Aktivitäten des direkten und des dualen Studiums. Immer stärker fördern wir darin auch die berufsbegleitende akademische Weiterbildung beruflich erfahrener Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Seit dem Wintersemester 2009/2010 können ausgewählte Talente ihnen neben ihrem Job und mit zeitlicher und finanzieller Unterstützung des Konzerns einen Bachelor- oder Masterstudiengang an einer unserer Kooperationshochschulen belegen. Mit dem Wintersemester 2011 werden zu den derzeit schon geförderten 224 Mitarbeitern rund 200 weitere hinzukommen.

Hochschulkooperationen neu aufgestellt.

Um unser Hochschulengagement künftig noch effektiver, transparenter, mehrdimensionaler und internationaler zu gestalten, haben wir unsere Kooperationen neu aufgestellt. Sie sind dadurch wesentlich zielführender und die Telekom wird bereits am Uni-Campus als One Company erfahrbar. Studierende können schon in der Hochschule „erleben, was verbindet“. Drei Beispiele illustrieren dies:

- **ZU Friedrichshafen:** bislang Forschungsk Kooperation im Rahmen von T-City, heute Kooperationshochschule mit dem neuen berufsbegleitenden Studiengang „Master of Digital Pioneering“ und Inspirationsquell für „Enterprise 2.0“
- **Ludwig-Maximilian-Universität München:** bislang Stiftungsprofessur der Telekom Stiftung, heute aktive Beiratstätigkeit, Innovationszentrum von T-Systems, viele Gastvorträge von Experten der Telekom, gemeinsame Forschungsprojekte mit Deutsche Telekom Laboratories, Entwurf eines Masterstudienganges für Bologna@Telekom 2012, Kooperationspartner für das Deutschlandstipendium
- **Goethe Universität Frankfurt am Main:** bislang Stiftungslehrstuhl für Mobile Commerce, heute aktive Beiratstätigkeit, Gastvorträge durch Experten der Telekom, Mitarbeiterweiterbildung im Bereich Mobile Security, Veranstaltungen zum Recruiting am Campus Frankfurt

Stipendien und Förderpreis.

Die Deutsche Telekom AG unterstützt als erster DAX-30-Konzern ab dem Sommersemester 2011 das nationale Stipendiensystem der Bundesregierung. In den kommenden vier Jahren wird der Konzern insgesamt 360 Studentinnen und Studenten im Rahmen des Deutschlandstipendiums fördern. Unterstützt werden Studierende an sieben deutschen Hochschulen: TU Dresden, WWU Münster, LMU München, HS München, TU Darmstadt, TU Dortmund und FH Dortmund.

Außerdem wollen wir unsere Kooperationen stärker nach außen sichtbar machen, unter anderem ab 2011 durch die Vergabe eines jährlichen Förderpreises für vorbildliche Hochschularbeit. Mit dem Preis zeichnet die Deutsche Telekom – nach Bewertung aller Hochschulkooperationen – die beste Kooperation aus.

Personalentwicklung.

Wir wollen Experten- und Führungspositionen überwiegend mit Top-Leistern aus den eigenen Reihen besetzen. Um sie im Konzern zu halten, bieten wir den künftigen Experten und Führungskräften zuallererst attraktive Arbeitsbedingungen. Wir übertragen ihnen verantwortungsvolle, spannende und herausfordernde Aufgaben. In einem parallelen Schritt wollen wir ihnen langfristige Perspektiven für ihre persönliche berufliche Entwicklung eröffnen.

☑ Talent Spaces: international und übergreifend Talente sichtbar machen.

Ein herausragender Meilenstein für unser internationales und bereichsübergreifendes Talentmanagement ist die Initiative „Talent Spaces“. Getreu dem Guiding Principle „An die Spitze! Leistung anerkennen – Chancen bieten“ ist das Ziel der Initiative, sich zu vernetzen und die teilnehmenden Talente im Unternehmen sichtbar zu machen. Mit ihr überwinden wir Ländergrenzen in unserem Unternehmen ebenso wie bisher isolierte Bereichs-„Silos“. Die Auftaktveranstaltung mit den ersten 200 internationalen Talenten hat Ende Oktober 2010 stattgefunden. Sie wurden von Vorgesetzten und vom oberen Management vorgeschlagen, zeichnen sich durch überdurchschnittliche Leistungen aus und müssen Potenzial für weiterführende Herausforderungen aufweisen. Bis zu 18 Monate haben die Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus weltweit 22 Ländern jetzt Zeit und Gelegenheit, sich zu vernetzen und für Entscheidungsträger sichtbar zu werden. Weitere Projekteinsätze und individuelle Aktivitäten wie Mentoring sind vorgesehen. Die Talent Spaces sind zunächst für Mitarbeiter in fünf Funktionsbereichen gestartet: Personal, Finanzen, Einkauf, IT und Technologie. Weitere sollen in den nächsten Jahren folgen.

☑ Talentplattformen in der Telekom Gruppe.

Mit eigenen Talentplattformen unterstützen unsere deutschen und internationalen Gesellschaften die Talent Spaces. Denn diese Plattformen machen auf Gesellschaftsebene Führungs- und Experten-Talente sichtbar, die wir dann auch in unsere konzernübergreifenden Talent-Initiativen wie die Talent Spaces einbinden können. Seit 2010 gibt es zum Beispiel bei der Telekom Deutschland GmbH zusätzlich Talentplattformen. Sie richten sich an Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich bereichsübergreifend vernetzen und in einen unternehmensweiten Dialog zu strategischen und businessnahen Themen eintreten wollen. Dadurch sollen die Talente im Unternehmen klarer hervortreten. „Managing Director's Talents“, „Cross Mentoring“ und „Delight your customer“ – sowie die „Dinner Talks“ bei T-Systems – sprechen Zielgruppen mit unterschiedlichen Berufserfahrungen an. Die 2009 bei T-Systems gestartete „Talent Acceleration Initiative“ (TAI), in der elf talentierte Frauen aus Deutschland und dem Ausland mit ersten Führungserfahrungen auf die Übernahme von Führungspositionen vorbereitet wurden, wird T-Systems 2011 in neuer Form durchführen. Auch in ihren internationalen Landesgesellschaften hat T-Systems Talentplattformen installiert, so zum Beispiel in Österreich mit der Initiative „Talents@T-Systems“.

☑ Performance & Potential Review: etabliertes Instrument für Feedback und Entwicklung.

Der Performance & Potential Review (PPR) trägt wesentlich dazu bei, eine konzernweite Transparenz und Harmonisierung der Personalentwicklungsprozesse herzustellen. 2010 haben wir ihn nicht nur erfolgreich zur internationalen Führungskräfteentwicklung im Rahmen von STEP up! eingesetzt. Darüber hinaus haben über 2 700 außertarifliche Führungskräfte und Fachleiter in Deutschland und über 2 000 weitere Führungskräfte im Ausland den PPR durchlaufen. Insgesamt sind unsere Führungskräfte mit dem PPR als Drehscheibe der individuellen Führungskräfteentwicklung sehr zufrieden. Das Feedback der Befragten haben wir unter anderem in eine erneute Verbesserung des 2009 erstmals eingesetzten IT-Tools einfließen lassen. Um auch die Zufriedenheit der außertariflichen Führungskräfte und Fachleiter mit dem PPR festzustellen, führen wir Anfang 2011 erneut eine entsprechende Befragung durch.

☑ STEP up!: internationaler Roll-out der Entwicklungsprogramme.

Um die Leistungsträger aus den eigenen Reihen weiterzuentwickeln, zu vernetzen und für Aufgaben mit größerer Verantwortung vorzubereiten, haben wir konzernweit vielfältige Entwicklungsprogramme für Führungskräfte etabliert. Dazu zählen die je nach Managementgruppe inhaltlich differenzierten „Leadership Excellence Programs“ (LEP). An ihnen haben 2010 mehr als 800 Führungskräfte, auch aus internationalen Einheiten, teilgenommen. Mit dem „Führungskräfte-Entwicklungsprogramm“ (FEP) und seiner internationalen Variante, dem „Leadership Development Program“ (LDP), unterstützen wir insbesondere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich erstmals auf eine Führungsposition vorbereiten, aber auch Führungskräfte.

☑ Expertenlaufbahn in der gesamten Deutschen Telekom Gruppe.

Als Alternative zu einer klassischen Managementkarriere haben wir im Unternehmen einen Rahmen zur Experten-Entwicklung (Go Ahead!) eingeführt. Aktuell nutzen rund 33 000 Mitarbeiter Go Ahead! allein bei T-Systems in Deutschland. Hinzu kommen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Ländergesellschaften

sowie bei den europäischen Festnetz- und Mobilfunktochtern. Schwerpunkte der Experten-Entwicklung sind wettbewerbskritische Felder wie Informations- und Kommunikationstechnologie, sowie Projektmanagement. Parallel dazu haben 2010 über 3 000 Experten von T-Systems die strategischen Qualifizierungsprogramme CAMPUS im Rahmen der Expertenentwicklung durchlaufen.

☑ Alternative zur Managementkarriere.

Aus dem „Breitensport“ der Personalentwicklung für unsere Fachkräfte hat T-Systems 2010 mehr als 560 Leistungs- und Potenzialträger für Fördermaßnahmen der Expertenkarriere, den „Spitzensport“, in der Managementrunde ausgewählt. Die Einstufung der Mitarbeiter in die jeweiligen Experten-Laufbahnen ist abgeschlossen. In den internationalen Förderprogrammen, Professional Expert Program und Professional Expert Conference, sowie der Top Expert Community vernetzen sich die Experten untereinander und mit dem Top Management. 2011 werden wir die Programme aufgrund der positiven Resonanz mit höheren Teilnehmerzahlen, größerer Frauenquote und erhöhtem internationalen Anteil umsetzen.

☑ Wir rollen Go Ahead! international weiter aus.

Auch andere Konzerngesellschaften folgen dem Internationalisierungskurs von T-Systems Go Ahead! Bei T-Mobile Austria ist das Fachkräfte-Entwicklungsprogramm bereits vollständig implementiert, für insgesamt rund 1 200 Experten. In ausgewählten Expertengruppen eingeführt ist Go Ahead! außerdem bei der kroatischen Hrvatski Telekom, in den Niederlanden und Tschechien. Erste Vorbereitungen laufen bei Magyar Telekom (Ungarn) und der polnischen PTC. Sukzessive setzen wir den internationalen Roll-out in Tschechien, der Slowakei, den Niederlanden und in Griechenland fort.

☑ Ein besonderer Karriereweg: die Projektkarriere.

Angesichts der wachsenden Bedeutung von Projekten und des Projektgeschäfts planen wir, im Rahmen von Go Ahead! im Telekom Konzern einen neuen Karriereweg zu etablieren: die Projektkarriere. Neben einem hohen Mehrwert für das Unternehmen wird sie besonders Leistungs- und Potenzialträgern neue Karriereoptionen im Projektmanagement bieten. Unter anderem wollen wir dafür die Durchlässigkeit zwischen Projekt- und Führungslaufbahn erhöhen, die Qualifizierung verbessern und vereinheitlichen und die Vernetzung von Projekt- und Programmleitern fördern. Im Jahr 2011 wollen wir Form und Struktur der Projektkarriere definieren und sie bis Jahresende erstmals pilotieren.

☑ Internationaler Austausch und Wissenstransfer.

Um den Aufbau von Know-how und eines gemeinsamen One Company-Gedankens über Ländergrenzen hinweg und geschäftsspezifisch voranzutreiben, legen wir großen Wert auf international ausgerichtete Fördermaßnahmen:

- **Telekom X-change:** Das Programm eröffnet Leistungsträgern die Gelegenheit, für drei bis sechs Monate den Arbeitsalltag im internationalen Umfeld kennenzulernen. Dies betrifft sowohl Entsendungen von und nach Deutschland als auch direkt zwischen den internationalen Ländergesellschaften.
- **Professional Programs (PP):** In Zusammenarbeit mit renommierten Business Schools bauen wir Spezialwissen und strategisch relevante Fähigkeiten unserer Mitarbeiter aus. 2010 haben insgesamt 162 Teilnehmer die englischsprachigen Veranstaltungen besucht, und zwar in den Themenbereichen Finanzen, HR, Marketing und IT. Im Rahmen der PP besteht auch die Möglichkeit, einen Master-Abschluss zu erwerben.
- **Master Classes:** Dieses Entwicklungsangebot wendet sich an die Top-Leister unter unseren Experten aus allen Funktionen in Deutschland und den Ländergesellschaften. 2010 haben wir vier „Master Classes“ angeboten: „Change Management“, „Influence and Leadership“, „Innovation“ und „General Management“. Aufgrund des überaus positiven Teilnehmer-Feedbacks setzen wir die Master Classes 2011 im erweiterten Umfang fort.

☑ Telekom School of Transformation: Keimzelle einer erneuerten Kultur.

Um die notwendige Transformation der Telekom auf persönlicher, unternehmerischer und gesellschaftlicher Ebene noch intensiver voranzutreiben, gründen wir im Jahr 2011 die „Telekom School of Transformation“. Sie ist keine klassische „Corporate University“, sondern vielmehr die Keimzelle einer erneuerten Kultur, einer verbesserten Organisation und eines veränderten Geschäfts. Sie soll Einfluss nehmen auf die Führungskultur, die internationale Zusammenarbeit und die Ausrichtung unseres Geschäfts. Auf diese Weise prägt sie den nachhaltigen Wandel des Konzerns, seiner Teileinheiten und jedes Einzelnen. Sie wird zudem sowohl die Anziehungskraft der Telekom als attraktive Arbeitgeber für Talente stärken als auch den Austausch mit der Gesellschaft fördern.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Beschäftigte > TalentAgenda > Diversity

Diversity.

Für die Deutsche Telekom heißt Diversity produktive Vielfalt. Unser Ziel ist es, diese Vielfalt innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens als Quelle von Geschäftserfolg, Kreativität und Innovation zu fördern und zu nutzen.

☑ Diversity Management: Kultur der Offenheit.

Diversity ist ein maßgeblicher Treiber des Wandels unserer Unternehmenskultur – und gleichzeitig unser Beitrag zu gelebter Offenheit und Wertschätzung in der Gesellschaft. Mit dem Wandel von der Monokultur zum offenen Unternehmen bieten wir Talenten in ihren verschiedenen Lebensphasen vielfältige Möglichkeiten, sich beruflich und individuell zu entfalten. Wir schaffen attraktive Arbeitsumfelder und flexible Arbeitsbedingungen, für Frauen wie für Männer, in der die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben selbstverständlich ist.

☑ Ein Jahr Frauenquote: Start mit einem Paukenschlag.

Anteil an Frauen in Führungspositionen weltweit von 19 auf 22,7 Prozent gesteigert.

Bis Ende 2015 werden wir im gesamten Konzern das mittlere und obere Management zu 30 Prozent mit Frauen besetzen: Dieser Vorstandsbeschluss ist ein Meilenstein auf dem Weg der Telekom zu einer neuen Unternehmenskultur. Um das 30-Prozent-Ziel zu erreichen, steuern wir unser Programm zur Umsetzung der Frauenquote systematisch durch Zielwerte entlang der gesamten Talententwicklung. Gerade in unserem Heimatmarkt hat die Quotierung ein starkes Echo hervorgerufen und eine breite Diskussion in Gang gesetzt, innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens. Ein Jahr nach Einführung der Frauenquote können wir erste Erfolge feststellen: Wir haben zahlreiche Frauen, gerade auch für Top-Führungspositionen und wichtige Personalentwicklungsprogramme, gewinnen können:

- Die Frauenquote im Führungskräftebereich weltweit hat sich von 19 Prozent auf 22,7 Prozent erhöht.
- Im 66-köpfigen Management-Team unterhalb des Konzernvorstands, dem Business Leader Team, sind seit März 2010 statt zwei insgesamt fünf Managerinnen vertreten.
- Das Unternehmen hat 13 weibliche Aufsichtsräte in den deutschen Tochter- und Enkelunternehmen neu bestellt. Damit nehmen nunmehr 17 Frauen Mandate in Aufsichtsräten der Telekom wahr. Bei den internationalen Gesellschaften bekleiden 15 Frauen ein Amt im Aufsichtsrat.
- Dem selbst formulierten Anspruch, weibliche Talente umfassend und systematisch aufzubauen, folgt auch die Erhöhung des Frauenanteils bei Einstellungen von Top-Nachwuchskräften. Von 33 Prozent Anfang des Jahres 2010 hat sich der Anteil auf 51 Prozent erhöht.
- Der Anteil von Frauen in Managemententwicklungsprogrammen ist von 18 Prozent im Jahr 2009 auf 34,6 Prozent im Jahr 2010 gestiegen.

Die Einführung der Frauenquote und der Diskurs über sie befeuern unseren Kulturwandel. Vermeintliche Selbstverständlichkeiten werden infrage gestellt und tradierte Denkmuster aufgebrochen. Insbesondere beim Thema „Arbeitszeitflexibilität“ zwingt die Quote zu neuem Denken. Beispielsweise ziehen zunehmend männliche Führungskräfte flexible Arbeitsmodelle in Betracht, familienorientierte Arbeitszeiten werden gefördert und das Home Office wird zunehmend zum Arbeitsplatz.

☑ Austausch fördert Kulturwandel.

Diversity muss von Mitarbeitern und Führungskräften gelebt werden. Dazu haben wir im vergangenen Jahr zahlreiche Veranstaltungen durchgeführt:

- **Dialogforen: Wir haben im Jahr 2010 insgesamt drei Dialogforen mit Vorstandseteiligung und prominenter Besetzung veranstaltet.** Die Foren dienen dem Ziel, offen mit Beschäftigten darüber zu sprechen, wie sich Unternehmen und Kultur ändern müssen.
- **Im Jahr 2010 hat erstmals die „Diversity Convention“ der Telekom stattgefunden.** Unter dem Motto „Erfolg durch Vielfalt – Die Mischung macht’s“ haben sich mehr als 300 internationale Führungskräfte intensiv mit dem Thema „Umsetzung von Diversity im Arbeitsleben“ auseinandergesetzt.
- **Netzwerke für Frauen:** Zu den Veranstaltungen für unsere Mitarbeiterinnen und weiblichen

Führungskräfte zählen unter anderem die IT-Business-Lunches der Telekom Deutschland GmbH, das Forum für weibliche Fach- und Führungskräfte der Deutschen Telekom Technischer Service GmbH und die Frauennetzwerke „Women@T-Systems“ und „women@EU“ der Telekom Europa.

- **queerbeet:** Das Netzwerk lesbischer, schwuler, bi- und transsexueller Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Telekom sowie deren Freunde und Unterstützer wurde Ende 2002 gegründet. queerbeet arbeitet mit daran, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unabhängig von ihrer sexuellen Identität ihr volles Potenzial im und für das Unternehmen ausschöpfen und einbringen können.

work-life@telekom: neue Arbeitswelten fördern.

Mit unserem Programm „[work-life@telekom](#)“ setzen wir bereits seit 2009 deutliche Akzente zur Vereinbarkeit von Beschäftigung und Privatleben. Um Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu binden und zu entwickeln und um ihre Potenziale zu entfalten, wollen wir ihre Selbstverantwortung und Zeitsouveränität stärken. Die Telekom fördert ihre Beschäftigten mit verschiedenen Angeboten auf diesen Feldern und trägt den unterschiedlichen Lebenssituationen durch flexible Beschäftigungsmöglichkeiten Rechnung. Schwerpunkte im Programm sind die Themen Arbeitszeit und -ort, Familie und Soziales sowie Gesundheit und Fitness im Kontext Work-Life.

Drei Selbstverpflichtungen verankern Work-Life.

Um die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben in der Unternehmenskultur und im Arbeitsalltag fest zu verankern, haben wir für Mitarbeiter und Führungskräfte im Berichtszeitraum drei richtungsweisende Selbstverpflichtungen eingeführt:

1. Nutzung mobiler Endgeräte. Zu einer wertschätzenden und eigenverantwortlichen Führungs- und Unternehmenskultur zählt der respektvolle Umgang mit arbeitsfreier Zeit, etwa im Urlaub, am Wochenende oder werktags außerhalb der Arbeitszeit. Wir haben daher mit sofortiger Wirkung die Nutzung mobiler Geräte in diesen Zeiten freigestellt. Auch gibt es keine Verpflichtung, während der arbeitsfreien Zeit auf berufliche E-Mails oder Anrufe zu antworten.

2. Flexible Arbeitszeiten. Wir haben eine Selbstverpflichtung für Führungskräfte zur Gestaltung und Nutzung von flexiblen Arbeitszeiten eingeführt: In ihrer Vorbildfunktion sollen Führungskräfte flexible Arbeitszeiten selbst verstärkt nutzen und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter motivieren, existierende Optionen besser zu nutzen und kreativ einzusetzen. Teilzeit soll – ähnlich wie bei [T-Mobile Niederlande](#) – selbstverständliches Element unserer Führungskultur werden.

3. Standardisierter Elternzeitprozess. Mit dem Elternzeitprozess „Ausgestaltung der Elternzeit (Stay in contact)“ plant die Deutsche Telekom, ihre Beschäftigten durch systematische Kontaktpflege noch intensiver zu unterstützen. Bei [T-Mobile Austria](#) haben wir dafür einen vorbildlichen Prozess aufgesetzt.

Diversity Consultants beraten zu Elternzeit und Arbeitszeit.

Auf Konzernebene haben wir im Berichtsjahr die Funktion des Diversity Consultant eingeführt. Damit bieten wir Frauen und Männern kompetente Ansprechpartner und Beratung zu Fragen rund um die Flexibilisierung der Arbeitszeit, zur Elternzeit und auch zum Wiedereinstieg nach beruflichen oder privaten Abwesenheiten. Ziel ist es, die bestehenden vielfältigen Regelungen auszuschöpfen, um – gegebenenfalls mit Unterstützung des HR-Bereichs – Lösungen zu ermöglichen, die auf den individuellen Bedarf der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zugeschnitten sind.

Zahlreiche weitere Beispiele für Unterstützungsangebote, um Beruf und Familie in Einklang zu bringen, finden sich im aktuellen [Personalbericht](#).

Generation@Telekom: fit für den demografischen Wandel.

Der europäische Trend zu alternden Gesellschaften spiegelt sich auch in der Belegschaft der Telekom wider. Daher ist es für uns nicht nur wichtig, junge, talentierte Nachwuchskräfte mit frischem Know-how zu gewinnen und zu binden. Ebenso sehr kommt es uns darauf an, die umfangreiche und langjährige Expertise unserer Fach- und Führungskräfte zu sichern. Wir machen uns fit für diese Herausforderungen. So haben wir im Rahmen unserer Enterprise 2.0-Strategie den intergenerativen Dialog „Reverse Mentoring“ fortgeführt, mit dem wir Wissensaustausch und Verständnis zwischen den Generationen fördern: Junge Beschäftigte führen ältere Kollegen in die Welt des Web 2.0 ein und erklären ihnen Anwendungen. Auch 2010 hat der „Children's Day“ stattgefunden. Eltern und Großeltern konnten ihre Kinder und Enkelkinder mit an den Arbeitsplatz bringen. Am „Children's Day“ haben rund 250 Kinder an neun Bonner Standorten teilgenommen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Lieferanten

Lieferanten.

Als global tätiges Unternehmen bezieht die Telekom weltweit Waren und Dienstleistungen und unterhält in über 50 Ländern Lieferantenbeziehungen. In diesen Beziehungen setzen wir sowohl auf Vertrauen und Dialog als auch auf Kontrolle. Konzernweit engagieren wir uns für eine nachhaltige Lieferkette. Im Rahmen von Brancheninitiativen entwickeln wir Verfahren, um Lieferantenbeziehungen gemeinsam nachhaltig zu gestalten – und unterstreichen so unseren Führungsanspruch auch bezüglich einer verantwortungsvollen Beschaffung.

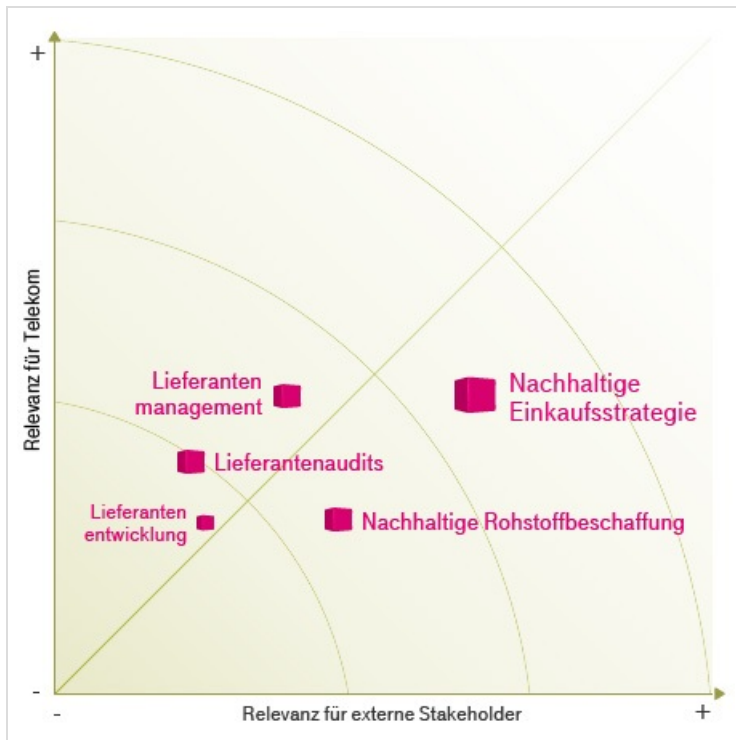


Rohstoffe nicht um jeden Preis.

Im Dialog mit Klaus Milke (rechts), Vorstandsvorsitzender von Germanwatch e. V., legt Volker Pyrtek (links), Chief Procurement Officer der Deutschen Telekom, dar, wie der Konzern Nachhaltigkeit im Beschaffungsmanagement sicher stellt.

Was sind die wesentlichen Themen im Kapitel „Lieferanten“?

Das Ergebnis unserer Abfrage bei internen und externen Stakeholdern finden Sie hier.



Wie wir die wesentlichen Themen bestimmt haben.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf

Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf.

✓ Inhalt durch PwC geprüft

Im Rahmen ihrer CR-Strategie arbeitet die Telekom darauf hin, auch im Beschaffungs- und Lieferantenmanagement als verantwortungsvolles Unternehmen in ihrer Branche führend zu werden. Dass wir uns diesem Ziel bereits erfolgreich nähern, belegen auch in diesem Jahr die vorderen Plätze in renommierten Nachhaltigkeitsrankings.

Im Vergleich zu unseren Wettbewerbern nehmen wir bezüglich des Managements unserer Lieferkette eine führende Position ein. Diese wollen wir zukünftig festigen und weiter ausbauen. Basis hierfür ist die strategische Verankerung des Themas Nachhaltigkeit im Einkauf.

Im Berichtszeitraum lag der Schwerpunkt unserer Arbeit auf der Weiterentwicklung von Messinstrumenten und dem Ausbau der Social-Audit-Aktivitäten. Zudem haben wir organisatorische Veränderungen im Konzerneinkauf vorgenommen.

Nachhaltigkeit im Einkauf der Deutschen Telekom. Methoden, Tools und Stakeholder.



Abbildung:

Nachhaltigkeit im Einkauf der Deutschen Telekom.

▼ Beschaffungsvolumen und Beschaffungsregionen.

In über 50 Ländern unterhalten wir Lieferantenbeziehungen. Aus Schwellen- und Entwicklungsländern bezogen wir im Berichtszeitraum Waren und Dienstleistungen im Wert von insgesamt 398 Millionen Euro. Das entspricht 1,9 Prozent des gesamten Beschaffungsvolumens der Telekom.

Im Vorjahr stammten hingegen rund 12 Prozent des Beschaffungsvolumens der Telekom aus Schwellen- und Entwicklungsländern – Waren im Wert von 2,4 Milliarden Euro. Diese Differenz ist auf die neue Methodik zur Datenerfassung im Bereich Beschaffung zurückzuführen, die im Berichtszeitraum eingeführt wurde: Die bisherige Praxis wurde dahingehend geändert, dass der Geschäftssitz des Lieferanten und nicht der Standort des Bestellers maßgeblich für die lokale Zuordnung der Bestellung ist. Dies stellt eine Konkretisierung der bisherigen Praxis dar.

Damit die Produktionsbedingungen in diesen Ländern den Umwelt- und Sozialanforderungen der Telekom entsprechen, ist die Zusammenarbeit mit den Stakeholdern vor Ort von entscheidender Bedeutung. Gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern sehen wir es als unsere Pflicht, soziale und ökologische Mindeststandards sicherzustellen.

▼ Konzernweit gültige CR-Kennzahl eingeführt.

Mit dem CR KPI Sustainable Procurement, der Kennzahl für nachhaltige Beschaffung, ermitteln wir auf Konzernebene den Anteil am Gesamtbeschaffungsvolumen, den wir von Lieferanten beziehen die auditiert sind und/oder uns Selbstauskunft via E-TASC erteilen. Der auf diese Weise geprüfte Anteil betrug im Berichtszeitraum 59 Prozent.

Im Rahmen der Weiterentwicklung der CR Key Performance Indikatoren (KPI), also der Kennzahlen zur Messung unserer Nachhaltigkeitsleistung, wurde der Geltungsbereich des CR KPI Sustainable Procurement festgelegt: Ab Anfang 2011 sind alle im CR-Manager-Netzwerk vertretenen

Landesgesellschaften verpflichtet, den KPI Sustainable Procurement zu berichten.

Organisatorische Verankerung.

Für die Entwicklung von Konzepten und Methoden zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf ist seit 2010 die Abteilung Corporate Procurement Strategy verantwortlich.

Bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit steht dem konzernweiten Einkauf weiterhin die Sustainable Procurement Working Group zur Seite. In diesem internationalen Gremium arbeiten Experten aus dem CR-Bereich mit Vertretern aus den wesentlichen Einkaufsbereichen zusammen.

Die konzernweite Implementierung der Strategie zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf wird durch die zunehmende Einbindung des CR-Manager-Netzwerks im Rahmen der internationalen Implementierung der CR-Strategie vorangetrieben.

Strategischer Rahmen für die Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf.

Für die Telekom zählen im Einkauf nicht alleine ökonomische Aspekte. Auch ökologische und soziale Kriterien müssen beachtet werden. Dies ist in der 2007 konzernweit verabschiedeten und 2010 überarbeiteten Strategie zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf, der sogenannten Sustainable Procurement Strategy, festgeschrieben. An dieser Strategie werden alle Richtlinien und Prozesse ausgerichtet, die der Verbesserung von Nachhaltigkeit in der Lieferkette dienen. So wird beispielsweise der gesamte Lebenszyklus von Produkten und Diensten hinsichtlich potenzieller Umweltauswirkungen in die Beschaffungsentscheidung einbezogen. In der Strategie bekennt sich die Telekom auch zu ihrer sozialen Verantwortung, beispielsweise bezüglich einer gerechten Bezahlung und der Einhaltung grundsätzlicher Menschenrechte.

Verpflichtende Normenkataloge.

Die Deutsche Telekom Gruppe verpflichtet so weit wie möglich alle Lieferanten auf ihren Code of Conduct und arbeitet bevorzugt mit umwelt- und sozialverantwortlichen Lieferanten zusammen. Daneben gilt für alle Lieferantenbeziehungen die Fraud Policy zur Korruptionsbekämpfung. Von unseren Lieferanten fordern wir zudem, alle für sie geltenden Standards auch auf die eigenen Zulieferer anzuwenden. In regelmäßigen Social Audits überprüfen wir, ob die Lieferanten die vorgeschriebenen Mindeststandards aus Code of Conduct, Fraud Policy und Sozialcharta einhalten.

Sozialcharta.

Die Deutsche Telekom arbeitet bevorzugt mit umwelt- und sozialverantwortlichen Lieferanten zusammen. In dem Zusammenhang haben wir 2003 unsere Sozialcharta verabschiedet. Als integraler Bestandteil des Code of Conduct der Deutschen Telekom, beruht die Charta auf den Werten des UN Global Compact, den Leitlinien der International Labour Organization (ILO) und der OECD. Darin enthalten sind konzernweit gültige Richtlinien für

- Menschenrechte und Arbeitsbedingungen,
- Umweltschutz,
- Chancengleichheit,
- Arbeits- und Gesundheitsschutz und
- das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung.

Die in der Charta beschriebenen Grundsätze gelten weltweit für alle Organisationseinheiten der Telekom. Mit der Charta, die fester Bestandteil unserer allgemeinen Einkaufsbedingungen ist, verpflichten wir so weit wie möglich alle Lieferanten auf die Einhaltung dieser Grundsätze.

Seit April 2008 ist zudem bei Cosmote Greece ein eigener „Supplier Code of Conduct“ in Kraft. Im Einklang mit den Prinzipien und Werten der Sozialcharta der Telekom verpflichtet dieser Verhaltenskodex alle Lieferanten von Cosmote, soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten.

T-Mobile Netherlands wird ab 2011 die Einhaltung der Sozialcharta sowie die Erfüllung von Umweltkriterien in ihren Lieferantenverträgen festschreiben und so Nachhaltigkeitskriterien noch stärker in der Beschaffung verankern.

Download: [Code of Conduct](#)

Download: [Fraud Policy](#)

Download: [Sozialcharta](#)

Richtlinien für eine nachhaltigere Lieferkette.

Neufassung der Einkaufsrichtlinien erhöht Anforderungen an Lieferanten.

Innerhalb einer Reihe von internen Richtlinien zur Verankerung hoher Standards in der Lieferkette spielt die Handlungsempfehlung „Global Procurement Policy“ eine maßgebliche Rolle. Im Berichtszeitraum wurde diese überarbeitet und im November 2010 vom Konzernvorstand der Telekom in einer neuen Fassung beschlossen. Damit erhöhen wir die Anforderungen an unsere Lieferanten und tragen zu einer konzernweiten Vereinheitlichung unserer Standards bei. Im Jahr 2011 erfolgt der sukzessive Roll-out dieser Policy in die internationalen Gesellschaften der Telekom.

Daneben konkretisieren die „Global Procurement Practices“ als detailliertes Regelwerk für unsere Einkäufer die allgemeinen Vorgaben der „Global Procurement Policy“. Darin werden einheitliche Standards für die Beschaffungsprozesse definiert, unter anderem auch für eine risikoadäquate und nachhaltige Lieferantenauswahl. Die „Global Procurement Practices“ befinden sich in der Überarbeitung und sollen im ersten Halbjahr 2011 in neuer Fassung veröffentlicht werden.

T-Systems Iberia plant, 2011 eine eigene Beschaffungsrichtlinie und ein Verfahren zur Eignungsprüfung in der Lieferantenauswahl einzuführen. Diese Maßnahmen ergänzen die bestehenden konzernweit gültigen Richtlinien und Vorgaben der Telekom und ermöglichen eine Beschaffungspolitik, die an die lokalen Gegebenheiten angepasst ist.

CO₂-Fußabdruck in der Lieferkette.

Unser Ziel war es, im Jahr 2010 eine valide Evaluierungsmethodik für den CO₂-Ausstoß in der Lieferkette zu entwickeln, Reduktionspotenziale gezielt aufzudecken und zu nutzen. Im Berichtszeitraum konnten wir dieses Ziel noch nicht erreichen. Unsere Untersuchungen haben ergeben, dass aufgrund fehlender valider Methoden noch kein realistisches CO₂-Reduktionsziel für die Lieferkette ermittelt werden kann.

Deshalb haben wir im Rahmen unserer neuen Klimaschutzstrategie ein Teilprojekt für die Lieferkette aufgesetzt. Mit diesem Projekt wollen wir Informationen zu Scope 3-Emissionen gemäß Greenhouse Gas Protocol – vor allem Emissionen aus der Lieferkette– und Energieeffizienz sammeln und auswerten. Auf der Basis dieser Auswertungen werden wir mit ausgewählten Lieferanten gemeinsame Messverfahren und einen gemeinsamen Reportingansatz festlegen, um damit die Basis für verbindliche Emissionsreduktionsziele zu schaffen.

Leitfaden für eine verantwortungsvolle Lieferkette.

Die Telekom ist im Vorstand der Internationalen Handelskammer Deutschland (International Chamber of Commerce, ICC) vertreten. In diesem Rahmen beteiligen wir uns an der Entwicklung der „ICC Guidance on Supply Chain Responsibility“. Dieser Leitfaden für eine verantwortungsvolle Lieferkette wurde im Jahr 2010 veröffentlicht. Damit schuf die ICC eine weltweite und branchenübergreifende Empfehlung, die auch die gegenseitige Anerkennung firmeninterner Kodizes vorsieht. Die Telekom unterstützte die Arbeit der Internationalen Handelskammer während der Sitzungen im Zeitraum zwischen Februar 2010 und März 2011 und trug mit ihren Fachkenntnissen zur branchenübergreifenden Etablierung und Weiterentwicklung von Mindeststandards in Lieferketten bei.

Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk.

Die Telekom leistet auch im Deutschen Global Compact Netzwerk (DGCN) einen Beitrag zur Verbesserung der sozialen Bedingungen in der Beschaffung. 2010 beteiligte sie sich an zwei Treffen des DGCN und diskutierte mit anderen Unternehmen über das Spannungsfeld „Wirtschaft und Menschenrechte“.

Seit 2008 hat das DGCN drei Schulungen zu Menschenrechten für Unternehmen angeboten. Daraus entwickelte sich eine informelle Arbeitsgruppe zu „Business and Human Rights“, in der elf multinationale Unternehmen die Fortschritte und Herausforderungen bezüglich der Umsetzung von Projekten zur Stärkung der Menschenrechte diskutieren.

Auch die Telekom leistet mit ihrer Fachkenntnis und anerkannten CR-Leistung auf dem Gebiet einen wertvollen Beitrag zur Arbeit des DGCN. In der Arbeitsgruppe „Business and Human Rights“ werden unter anderem die Berücksichtigung der Menschenrechte in Lieferketten und die damit verbundenen Risiken und Handlungsoptionen behandelt. Für das Jahr 2011 ist die Entwicklung eines Benchmark-Tools geplant, um die Einhaltung der vom UN-Sonderbeauftragten John Ruggie aufgestellten Leitlinien „Guiding Principles on Business and Human Rights“ zu überprüfen. Die Arbeitsgruppe trifft sich mindestens zweimal jährlich. Das nächste Treffen ist für den 26. Mai 2011 in der Telekom Zentrale in Bonn geplant. Bei dieser Gelegenheit werden die elf Mitglieder unter anderem mit Vertretern weiterer Unternehmen das geplante Benchmark-Tool diskutieren.

Rohstoffeinsatz.

 Inhalt durch PwC geprüft

Eine nachhaltige Rohstoffbeschaffung in der ICT-Industrie ist mit großen Herausforderungen verbunden: In Mobil- und Festnetz-Telefonen, Computern und anderen ICT-Produkten sind zahlreiche Metalle verarbeitet. Diese wertvollen Rohstoffe stammen größtenteils aus Schwellen- und Entwicklungsländern, wo sie oftmals unter problematischen Bedingungen gewonnen werden.

Beispielsweise ist das Metall Tantal, das aus Coltan gewonnen wird, in einer Vielzahl von Produkten enthalten, die von der Telekom vertrieben oder genutzt werden. Weder die Rohstoffe noch die daraus gewonnenen Metalle kaufen wir direkt ein. Dennoch sehen wir uns in der Pflicht, alle mit der Gewinnung verbundenen Schäden an Mensch und Umwelt zu minimieren beziehungsweise langfristig gänzlich zu unterbinden. Im Zuge unserer Bemühungen, entsprechende Verbesserungen auf dem Gebiet zu erzielen, arbeiten wir eng mit unseren Lieferanten zusammen.

Es ist geplant, im Jahr 2011 aus der durch das [Öko-Institut](#) überprüften „[Sustainability Guideline for Product Design](#)“ Spezifikationen abzuleiten, die der Einkauf für Ausschreibungen nutzen kann. Diese sollen unter anderem dazu beitragen, dass auch bei Lieferanten der Rohstoffeinsatz minimiert wird. Zusätzlich führen wir ein umfassendes E-Waste-Managementprogramm durch, in dessen Rahmen wir [alte Handys zurücknehmen](#). Auf diese Weise schonen wir natürliche Ressourcen.

Regeln für die Rohstoffbeschaffung.

Die Förderung wertvoller Metalle und Erze wie Coltan, Zinn, Gold oder Platin wirkt sich in etlichen Entwicklungsländern gravierend auf Umwelt und Menschen aus. Als Weiterentwicklung beziehungsweise Ergänzung unseres seit 2005 existierenden „Coltan Statements“, haben wir im Jahr 2009 ein „Statement on Extractives“ verabschiedet.

Diese Erklärung schreibt die Einhaltung der Mindeststandards der [Sozialcharta](#) für die gesamte Lieferkette vor. Dadurch wollen wir sicherstellen, dass sowohl unsere direkten Lieferanten als auch deren Sublieferanten die Risiken minimieren, die mit dem Abbau von Rohstoffen in Verbindung stehen.

Wir erwarten von unseren Zulieferern ein klares Bekenntnis zum „Statement on Extractives“. Im Berichtszeitraum haben wir in einem gesonderten Anschreiben alle strategisch wichtigen Lieferanten über unser „Statement on Extractives“ informiert. Zugleich haben wir nachdrücklich die Einhaltung der daraus resultierenden Anforderungen eingefordert.

Darüber hinaus unterstützen wir aktiv die Bemühungen des Branchenverbands [Global e-Sustainability Initiative \(GeSI\)](#). Diese Initiative hat unter anderem zum Ziel, die Transparenz in der Rohstoffgewinnung zu erhöhen und die negativen sozialen und ökologischen Auswirkungen des [Rohstoffabbaus](#) zu verringern.

Download: [Coltan Statement](#)

Download: [Statement on Extractives](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Lieferanten > Lieferantenauswahl

Lieferantenauswahl.

 Inhalt durch PwC geprüft

Bereits bei der Auswahl ihrer Lieferanten schafft die Telekom die Basis für eine nachhaltige Wertschöpfungskette: Lieferanten und Zulieferer, die an einer Geschäftsbeziehung mit der Telekom interessiert sind, unterziehen sich einer Eignungsprüfung, der sogenannten Präqualifikation.

Im Rahmen einer softwaregestützten Abfrage in unserem [Einkaufsportal](#) werden auch Informationen über Compliance und die Beachtung von Nachhaltigkeitskriterien gesammelt und im weiteren Auswahlverfahren berücksichtigt.

Höhere Anforderungen an ausgewählte Lieferantengruppen.

Unsere strategischen Lieferanten und Lieferanten aus risikobehafteten Branchen müssen nicht nur die Präqualifikation erfolgreich durchlaufen. Sie werden auch dazu aufgefordert, zusätzliche Informationen zum Thema Nachhaltigkeit über das [Electronics-Tool for Accountable Supply Chains \(E-TASC \)](#) bereitzustellen. Strategische Lieferanten sind Lieferanten, die aufgrund des Umfangs der Lieferbeziehungen, ihrer Marktstellung oder ihres Innovationspotenzials eine wichtige Bedeutung für den Einkauf der Telekom haben.

Eignungsprüfungen in Ungarn, Griechenland und Kroatien.

Seit Dezember 2010 arbeitet auch Magyar Telekom in Ungarn mit einem neuen System zur Präqualifikation aller Lieferanten. Die Eignungsprüfung beinhaltet die wesentlichen Aspekte der konzernweit gültigen Nachhaltigkeitskriterien für Lieferanten der Deutschen Telekom.

Im Jahr 2010 wurde auch bei Cosmote Greece ein System zur Lieferantenbewertung eingeführt, das 77 Prozent des gesamten Beschaffungsvolumens abdeckt. Um eine nachhaltige Lieferkette sicherzustellen, werden im Evaluationsprozess auch CR-Fragebögen zur Selbstauskunft eingesetzt. In einem Pilotprojekt wurde diese Systematik auch in den Gruppenunternehmen AMC, Cosmote Romania, Globul und Germanos getestet.

Seit Februar 2011 fordert auch T-Hrvatski Telekom ihre Hauptlieferanten auf, mittels Fragebögen Auskunft über ihre sozialen, ökologischen und ethischen Standards zu geben.

Nachhaltigkeitsaspekte in Ausschreibungsprozessen.

2 000 T-Shops in Europa unter Nachhaltigkeitskriterien ausgestattet.

2009 entwickelten wir Kriterien zur Bewertung von Angeboten hinsichtlich ökologischer und sozialer Anforderungen. Im Jahr 2010 haben wir im Rahmen verschiedener Pilotprojekte begonnen, diese Kriterien einer kritischen Überprüfung zu unterziehen und konnten erste Verbesserungspotenziale identifizieren.

Ein solches Projekt war beispielsweise die Einrichtung von 2 000 T-Shops in Europa, 800 davon in Deutschland. Hierbei wurden die Lieferanten unter anderem unter Gesichtspunkten des Umweltschutzes und der Ressourceneffizienz ausgewählt. Auch die Einhaltung von Standards wie Arbeits- und Gesundheitsschutz, Prävention von Kinderarbeit und Achtung der Menschenrechte sowie angemessene Bezahlung wurden dabei berücksichtigt. Im Jahr 2011 sollen die T-Shops darüber hinaus noch mit energiesparender LED- Beleuchtung ausgestattet werden.

Weitere Pilotprojekte für andere Einkaufsfunktionen laufen zurzeit noch. Nach der Auswertung der Pilotprojekte ist eine schrittweise Einführung solcher Kriterien und Standards für den gesamten Einkauf geplant. Die systematische Anwendung der Nachhaltigkeitskriterien bei Ausschreibungen soll im Jahr 2011 anlaufen.

Anpassung des Vergabevermerks.

Für hochvolumige Einkaufsentscheidungen wurde im Jahr 2010 zudem der Vergabevermerk um das Thema Nachhaltigkeit ergänzt. Durch den überarbeiteten Vergabevermerk wird es in Zukunft möglich sein, mehr Transparenz über die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitsaspekten bei Vergabeentscheidungen herzustellen als bisher.

Online-CR-Trainingstool für Einkäufer der Telekom.

Bereits 2008 haben wir ein internes Online-Trainingstool zum Thema Corporate Responsibility für unsere Einkäufer eingerichtet. Dadurch sollen Konzepte für den nachhaltigen Einkauf konzernweit synchronisiert werden. Im Berichtszeitraum haben wir in Zusammenarbeit mit der Humboldt Universität zu Berlin mit der inhaltlichen und methodischen Überarbeitung des Tools begonnen. Durch eine Verkürzung des Trainings und eine Reduktion der Inhalte ist die Anwendung zukünftig effizienter und

benutzerfreundlicher. Dadurch soll die Nutzung des Tools im Arbeitsalltag erleichtert werden. Die Einführung wird im Laufe des Jahres 2011 erfolgen.

Unsere Mitarbeiter werden durch das Tool geschult, Risiken in der Lieferkette zu erkennen. Sie werden mit Instrumenten und Techniken für einen nachhaltigen Einkauf vertraut gemacht und lernen die Vorteile einer Steuerung der Lieferkette kennen. Außerdem erhalten sie Anregungen, wie sie ihre Zulieferer in den Prozess zur Schaffung nachhaltiger Lösungen einbinden können.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Lieferanten > Lieferantenmanagement

Lieferantenmanagement.

 Inhalt durch PwC geprüft

Einen wesentlichen Bestandteil des Lieferkettenmanagements stellen Prozesse und Instrumente dar, mit denen die Telekom ihre Lieferanten bewertet. Diese dienen unter anderem der Identifizierung von ökonomischen Verbesserungspotenzialen sowie der Steuerung von Fortschritten bei den Lieferanten im sozialen und ökologischen Bereich.

Durch das systematische Management ihrer Lieferanten kann die Telekom so mögliche Risiken in der Lieferkette frühzeitig erkennen und auf sie reagieren.

Hierzu nutzen wir insbesondere

- eine [softwaregestützte Präqualifikation](#),
- einen umfangreichen [Selbstauskunftsbogen über E-TASC](#) und
- [Social Audits](#) bei den Lieferanten vor Ort.

In der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten setzen wir auch im Bereich Nachhaltigkeit auf Dialog. Für die Telekom ist es wichtig herauszufinden, ob ihre Geschäftspartner neue Wege des nachhaltigen Wirtschaftens unterstützen. Nur dann können wir die Lieferkette wirkungsvoll verbessern. Hierzu gehört auch, dass wir uns in Brancheninitiativen – wie der [Global e-Sustainability Initiative \(GeSI\)](#) oder der [Joint Audit Cooperation](#) – für eine Verbesserung der ethischen, sozialen und ökologischen Standards einsetzen.

Dialoge zur Förderung der nachhaltigen Beschaffung.

Die Telekom versteht sich als offener und transparenter Konzern und steht im stetigen Austausch mit ihren Stakeholdern. Dazu gehören interne Anspruchsgruppen, wie der Einkaufsbereich und die Landesgesellschaften der Telekom.

Neben den Lieferanten als wichtigste externe Stakeholder des Einkaufs sind auch unsere [Kooperationspartner](#), Institutionen und NGOs wichtige Anspruchsgruppen, um die Lieferkette nachhaltiger zu gestalten.

Ergebnisse des Austauschs im Jahr 2010.

Angeregt durch die Gespräche mit unseren Stakeholdern haben wir auf unserem Einkaufsportale einen Link integriert, der unsere Vertragspartner über die CR-Seite der Deutschen Telekom zu Online-Schulungen zum Thema Unternehmensverantwortung und Nachhaltigkeit führt. Die Trainingsinhalte haben wir gemeinsam mit [GeSI](#) und der [EICC](#) (Electronic Industry Citizenship Coalition) entwickelt. Diese sollen unsere Lieferanten an CR-Themen heranführen und sie in Zukunft bei der Erfüllung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen unterstützen.

Lieferanten-Workshops für eine nachhaltigere Lieferkette.

Um Nachhaltigkeitsaspekte noch stärker in die Lieferkette zu integrieren, organisiert die Telekom Deutschland Arbeitstreffen mit wichtigen Lieferanten. Im Berichtszeitraum führte sie vier Nachhaltigkeits-Workshops durch:

- im September 2010 mit der Research In Motion Deutschland GmbH
- im Mai 2010 mit Microsoft
- im November 2010 mit HTC
- im November 2010 mit Vattenfall

Vertreter der Unternehmen diskutierten in diesen vier Workshops unter anderem die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in Forschung und Entwicklung sowie bei der Lieferantenauswahl. Auch eine engere Zusammenarbeit bei der Berechnung des CO₂-Fußabdrucks des Produktlebenszyklus stand auf der Agenda. Diese Dialogrunden dienen dem Abgleich von Unternehmensstandards zu Nachhaltigkeits Themen und bieten eine Plattform für eine künftige Zusammenarbeit – basierend auf gemeinsamen Standards.

„Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day“.

Am 29. Juni 2010 fand der dritte „Sustainable Procurement Stakeholder Dialogue Day“ des Konzerns statt. Das Hauptaugenmerk dieser jährlich stattfindenden offenen Stakeholder-Diskussionsrunde lag dieses Mal auf praxisbezogenen Einkaufsthemen der Telekom.

In den Workshop-Gruppen beschäftigten sich die Teilnehmer mit folgenden Fragen:

- Welche Nachhaltigkeitsanforderungen haben Kunden?
- Gibt es Möglichkeiten, durch einen nachhaltigen Einkauf Kosten zu sparen?

- Welche Herausforderungen und Chancen bietet nachhaltiges Wirtschaften für den Einkauf?

Über 60 Mitarbeiter von Lieferanten sowie Vertreter von Universitäten und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) wie beispielsweise Germanwatch nahmen an dieser Veranstaltung teil. Seitens der Telekom wirkten überwiegend Mitarbeiter aus den Bereichen Einkauf und CR mit.

Um die Gespräche mit lokalen Lieferanten, Institutionen und NGOs in risikobehafteten Regionen auszubauen, ist die Durchführung einer Dialogveranstaltung im südchinesischen Shenzhen im vierten Quartal 2011 geplant.

▼ Forschungsprojekt „Sustainable Sourcing“.

Derzeit beteiligt sich die Abteilung Corporate Procurement Strategy im Rahmen des „ [EffizienzClusters Logistik-Ruhr](#)“ an einem Forschungsprojekt der European Business School. Es handelt sich dabei um das Verbundprojekt „Sustainable Sourcing Excellence“, das folgende Forschungsschwerpunkte hat:

- Entwicklung eines Verfahrens zur ganzheitlichen Messung der Umwelteinwirkungen von Einkauf und Beschaffungslogistik
- Erstellung eines Sourcing Governance Code
- Erstellung eines Leitfadens über Nachhaltigkeit für Einkauf und Beschaffungslogistik
- Aufbau einer CO₂-effizienten Sourcing Plattform
- Entwicklung eines IT-basierten Nachhaltigkeits-Risikomanagementsystems für Einkauf und Beschaffungslogistik

Die Telekom beteiligt sich vorerst für zwei Jahre an dem Projekt, das durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert wird. Mit ersten Forschungsergebnissen ist im Verlauf des Jahres 2011 zu rechnen.

▼ Magyar Telekom zeichnet engagierte Handelspartner aus.

Im Juni 2010 verlieh die ungarische Landesgesellschaft bereits zum dritten Mal den „ [DOLPHIN Award](#)“ an Lieferanten, die sich im Bereich Nachhaltigkeit besonders erfolgreich engagieren. Vier Zulieferer zeichnete die Magyar Telekom für ihre Aktivitäten in drei Nachhaltigkeitskategorien aus:

- Realisierte Innovationen im Interesse der Nachhaltigkeit (positive soziale und ökologische Effekte)
- Förderung von Chancengleichheit und Nichtdiskriminierung im Unternehmen und außerhalb
- Bildung und Sensibilisierung zum Thema Nachhaltigkeit

E-TASC.

 Inhalt durch PwC geprüft

E-TASC – Electronics-Tool for Accountable Supply Chains – ist ein branchenweit eingesetztes Online-Informationssystem zur Quantifizierung des Risikos unserer Lieferanten bezüglich Nachhaltigkeit. Dieses Tool ermöglicht es uns, bestehende oder mögliche CR-Risiken in der Lieferkette in einem frühen Stadium zu erkennen und entsprechend darauf zu reagieren.

Als Mitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) hat die Telekom dieses System federführend mitentwickelt und engagiert sich auch an der Weiterentwicklung.

Nutzung von E-TASC bei der Telekom.

Ausgewählte Lieferanten untersuchen wir intensiv nach möglichen Nachhaltigkeitsrisiken. Sie werden deshalb bereits im Auswahlprozess zur Teilnahme an E-TASC aufgefordert. Sollte ein Lieferant nicht in der Lage sein, die gewünschten Informationen offenzulegen, beginnt ein mehrstufiger interner Prozess, der eine E-TASC-Teilnahme des Lieferanten zum Ziel hat. Durch wiederholte Gespräche können wir dieses Ziel gemeinsam mit unseren Lieferanten in vielen Fällen erreichen.

Bei Unstimmigkeiten greifen innerhalb des Prozesses mehrere Eskalationsstufen. Die Lieferanten geben mittels des Online-Informationssystems detailliert Auskunft über ihre sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen und ihre Managementsysteme. Dabei profitieren sie ebenfalls von der Nutzung von E-TASC, da sie ihren CR-Status auch gegenüber anderen Geschäftspartnern und der kritischen Öffentlichkeit ausweisen können.

Zunehmend auch international eingesetzt.

Auch die ausländische Gesellschaft Magyar Telekom nutzt die Potenziale von E-TASC zur Bewertung ihrer lokalen Lieferanten. OTE, T-Mobile USA und Slovak Telekom haben ebenfalls Interesse an der Nutzung von E-TASC signalisiert.

Neben dem branchenweit genutzten Tool E-TASC ist unsere Supplier Scorecard (SSC) ein weiteres Element zur Bewertung ausgewählter Lieferanten. Die SSC wird halbjährlich erstellt. Sie bietet neben der Evaluation von Finanzkennzahlen auch einen konzernweiten Überblick hinsichtlich der Performance unserer strategischen Lieferanten zu Nachhaltigkeitsaspekten.

Wachsende Bereitschaft zur Selbstauskunft.

Über die Hälfte unseres Einkaufsvolumens in E-TASC erfasst.

In den vergangenen Jahren stieg die Bereitschaft, über E-TASC Selbstauskunft zu geben, stetig an. So auch im Berichtszeitraum: Von Januar bis Dezember 2010 wurden 126 Lieferanten eingeladen, Auskunft in E-TASC zu erteilen. Bis Ende 2010 kamen insgesamt 69 ausgewählte strategische Lieferanten unserer E-TASC Einladung nach; Ende 2009 lag die Zahl der E-TASC-Teilnehmer noch bei 58. Der Einkaufsvolumenanteil von Lieferanten, über die Informationen in E-TASC verfügbar sind, konnte von 36 Prozent im Jahr 2009 auf 55 Prozent Ende 2010 gesteigert werden.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Lieferanten > Lieferantenmanagement > Social Audits

Social Audits.

 Inhalt durch PwC geprüft

Im Jahr 2010 haben wir unsere Social- Audit-Aktivitäten deutlich erweitert und systematisiert: Mit der Beauftragung anerkannter Auditierungsfirmen konnten wir wesentlich mehr Lieferanten überprüfen als in den Vorjahren. Dabei wurde mithilfe einer neu entwickelten Risikomatrix das Auditprogramm festgelegt. In das Auditprogramm wurden ausgewählte strategische und besonders risikobehaftete Lieferanten aufgenommen. Diese wurden anhand spezifischer Risikoaspekte wie beispielsweise Umsatzvolumen, Warengruppe, Informationen aus Selbstauskünften oder aus Berichten von NGOs identifiziert.

Bestandteile des Social Audits.

Zu den wesentlichen Bestandteilen eines Social Audits bei der Telekom gehören

- die generelle Risikobewertung von Lieferanten durch die Telekom,
- eine Bewertung der Lieferantenselbstauskunft durch die Telekom,
- der persönliche Austausch mit den Lieferanten und
- die Überprüfung vor Ort.

Abschließend wird durch den Prüfer ein Auditbericht einschließlich der Auditbewertung verfasst. Anstatt bei Verstößen der Lieferanten die Geschäftsbeziehungen zu beenden, ist es der Telekom ein Anliegen, die Bedingungen bei ihren Zulieferern dauerhaft zu verbessern.

Daher werden alle Beanstandungen in einen Korrektur- und Maßnahmenplan aufgenommen und in Abstimmung mit dem Lieferanten innerhalb eines definierten Zeitraums gemeinsam behoben.

Social Audits im Jahr 2010.

Im Zeitraum von Juli bis Ende Dezember 2010 führten externe Auditoren insgesamt 26 Social Audits bei unseren Lieferanten durch. Bisher konnten interne Prüfer jährlich durchschnittlich nur vier bis sechs Lieferanten auditieren. Durch die deutliche Steigerung der Anzahl verbesserten wir uns im Bereich Lieferkette in wichtigen Nachhaltigkeitsratings im Vergleich zu 2009. Das angestrebte Ziel von 50 Social Audits im Jahr 2010 konnten wir aufgrund eines umfangreichen Auswahlprozesses der Auditierungsfirmen, der sich bis Ende Juni 2010 hinzog, nicht erreichen.

Auch die Auslandsgesellschaften haben ihre Social- Audit-Aktivitäten verstärkt.

- T-Hrvatski Telekom in Kroatien hat im Jahr 2010 fünf Lieferanten überprüft. Somit wurden seit 2003 insgesamt 18 Audits durchgeführt.
- Zudem plant OTE in Griechenland die Auditierung ausgewählter Lieferanten.

Auditkooperation in der Telekommunikationsbranche.

2010: 18 Audits in Zusammenarbeit mit Orange/France Telecom und Telecom Italia.

Im Dezember 2009 begann eine branchenweit einzigartige Kooperation zwischen der Telekom und ihren Wettbewerbern Orange/France Telecom und Telecom Italia. Sie bekannten sich zu einem gemeinsamen Vorgehen, um ihre Lieferketten in Asien nachhaltiger zu gestalten. Diese Absichtserklärung mündete im Oktober 2010 in einem verbindlichen Abkommen, der Joint Audit Cooperation (JAC).

Die JAC legt eine Strategie fest, nach der die drei Unternehmen ihre gemeinsamen Lieferanten weltweit nach einheitlichen Kriterien auditieren. Daneben setzen sich die Kooperationspartner für die Etablierung von sozialen, ethischen und umweltrelevanten Standards bei den Lieferanten ein. Entsprechende Prozesse sind dabei an den internationalen Sozial- und Umweltstandards SA 8000 und ISO 14001 ausgerichtet. Die Audits werden von international renommierten Prüfungsgesellschaften durchgeführt.

Durch die JAC wird die Effizienz der Social-Audit-Prozesse gesteigert, da bei gemeinsamen Zulieferern nur ein Audit durchgeführt wird. Die Ergebnisse werden anschließend untereinander ausgetauscht.

Gemeinsame Aktivitäten im Jahr 2010.

Im Rahmen der JAC ist die Durchführung von insgesamt 34 Social Audits bei gemeinsamen Lieferanten und Sublieferanten geplant: 18 wurden bereits im Jahr 2010 durchgeführt, 16 sind für 2011 angesetzt. Die bisherigen Erfahrungen sind als durchweg positiv zu betrachten. Es gab zwar auch einige Fälle, in denen wir Überzeugungsarbeit leisten mussten. Aber die Mehrheit der adressierten Lieferanten befürwortet und unterstützt die JAC-Initiative.

Wir planen die Kooperation mit Orange/France Telecom und Telecom Italia über diese Aktivitäten hinaus weiter auszubauen. Als nächster Schritt sollen im Rahmen der JAC im Jahr 2011 gemeinsame Maßnahmen entwickelt werden, um die Transparenz in der Lieferkette zu erhöhen.

Social-Audit-Aktivitäten ab 2011.

Der Schwerpunkt unserer Social- Audit-Aktivitäten wird weiterhin auf Asien liegen. Daneben haben wir auch Zulieferer aus anderen risikobehafteten Regionen im Blick, beispielsweise in Lateinamerika und Osteuropa.

Unser Ziel ist es, im Zeitraum von 2010 bis Ende 2012 insgesamt 200 Social Audits über externe Auditierungsfirmen bei strategisch wichtigen Lieferanten durchzuführen.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

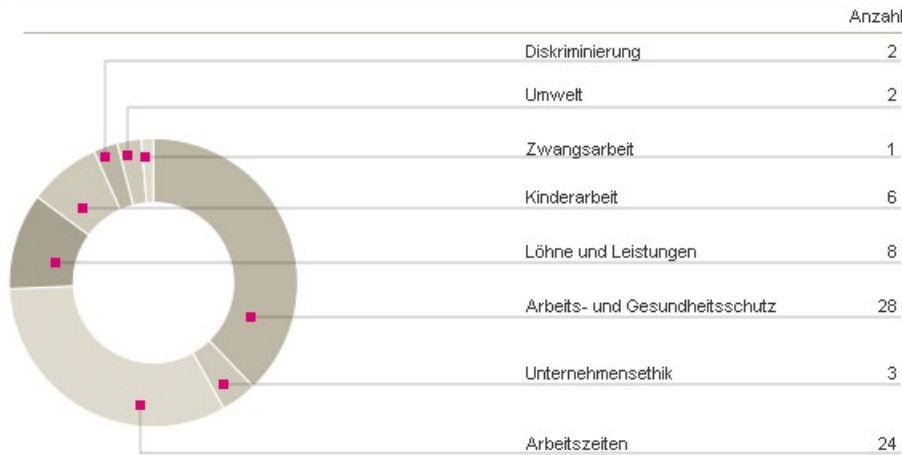
Startseite > Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2010

Auditergebnisse 2010.

 Inhalt durch PwC geprüft

Im Jahr 2010 wurden 26 Social Audits bei direkten Zulieferern und Sublieferanten der Deutschen Telekom durchgeführt. Wir konzentrierten unsere Social-Audit-Aktivitäten insbesondere auf Lieferanten in China, Japan und Taiwan. Aber auch in Süd- und Osteuropa wurden drei Social Audits durchgeführt. Im Vergleich zu 2009, als nur vier Social Audits durchgeführt wurden, konnten wir somit die Risikoabdeckung deutlich erhöhen. T-Hrvatski Telekom führte im Jahr 2010 zusätzlich fünf Social Audits bei Lieferanten durch. Deren Ergebnisse wurden in der folgenden Auflistung nicht berücksichtigt.

Auf einen Blick: Auditergebnisse 2010.



Ergebnisse und Verbesserungsmaßnahmen.

Vier Social Audits wurden von internen, 22 Prüfungen von externen Auditoren vorgenommen. Davon wurden 18 Audits im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) durchgeführt. Grundsätzlich werden Bereiche überprüft, in denen die Telekom das meiste Einkaufsvolumen generiert und die das größte Risikopotenzial bergen. Zu den 26 auditierten Lieferanten gehörten Produzenten aus den Bereichen Terminals, IT-Services, IT-Hardware/Software und Network. Dabei konnten wir keine Korruptionsvorfälle entdecken. Schwachstellen wiesen hingegen folgende Bereiche auf:

- Arbeit und Ethik
- Umwelt, Gesundheit und Sicherheit
- Unternehmensethik

Insgesamt wurden in 74 Fällen Verstöße gegen Lieferantenanforderungen der Telekom aufgedeckt, von denen 28 als kritisch einzustufen sind. Überwiegend verstießen die Lieferanten gegen Regelungen bezüglich des Arbeits- und Gesundheitsschutzes und der Arbeitszeiten. Auf Basis der Feststellungen wurden unmittelbar Maßnahmen eingeführt, um die Bedingungen vor Ort zu verbessern.

Download: PDF Überblick über wesentliche Feststellungen und erzielte Verbesserungen der Audits 2010

Arbeit und Ethik.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Arbeitszeiten	<ul style="list-style-type: none"> ■ Erhebliche Anzahl an Überstunden wurde festgestellt. ■ Arbeiter einer Produktionsstätte wurden an 24 aufeinanderfolgenden Arbeitstagen eingesetzt. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ein System zur automatischen Arbeitszeiterfassung und -überprüfung wurde eingeführt. ■ Zusätzliche Arbeitskräfte wurden eingestellt. ■ Ein arbeitsfreier Tag nach sieben Arbeitstagen wurde festgelegt.
Löhne und Leistungen	<ul style="list-style-type: none"> ■ Unzureichende Bezahlung der regulären Arbeitszeiten. ■ Überstunden wurden nicht nach den gesetzlichen Vorgaben bezahlt. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bezahlung der gesetzlichen Mindestlöhne für reguläre Tätigkeiten und Überstunden wurde eingeführt.

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sozialabgaben für Arbeitslosigkeit und Schwangerschaft wurden nicht geleistet. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Abführung von Sozialabgaben gemäß den gesetzlichen Vorgaben wurde eingeführt.
Kinderarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ein Mitarbeiter unterschritt das Mindestalter von 16 Jahren. ■ Jugendliche im Alter von 16 bis 18 arbeiteten in der Nachtschicht. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Dem 15-Jährigen wurde anstelle der Fabrikarbeit der Schulbesuch ermöglicht – mit der Option, im zugelassenen Alter die Arbeit wieder aufzunehmen. ■ Ein System zur zuverlässigen Altersbestimmung, das die Verwendung gefälschter Dokumente verhindert, wurde eingeführt. ■ Eine Richtlinie, die den Einsatz junger Arbeitskräfte in Nachtschichten verbietet, wurde implementiert. ■ Auf besonders junge Arbeitskräfte abzielende Rekrutierungsmaßnahmen wurden beendet.
Diskriminierung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Spezifische Disziplinarregeln für Gastarbeiter wurden festgestellt. ■ Vor Einstellung wurden Schwangerschaftstests durchgeführt. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einheitliche Disziplinarregeln für alle Mitarbeiter wurden eingeführt. ■ Schwangerschaftstests vor der Einstellung werden nicht mehr durchgeführt.
Zwangsarbeit	<ul style="list-style-type: none"> ■ Auszubildende wurden über eine Agentur beschäftigt. Wegen mangelnder Kontrolle und Steuerungsmöglichkeiten bestand die Gefahr von ausbeuterischer Arbeit und Zwangsarbeit. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Beschäftigung von Auszubildenden erfolgt ausschließlich direkt.

☑ Umwelt, Gesundheit und Sicherheit.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Umwelt	<ul style="list-style-type: none"> ■ Umweltzertifikate von Zulieferern von Produkten mit erhöhtem Umweltrisiko wurden nicht eingefordert. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Für Zulieferer von Produkten mit erhöhtem Umweltrisiko wurde eine Umweltzertifizierung verpflichtend eingeführt.
Arbeits- und Gesundheitschutz	<ul style="list-style-type: none"> ■ Notbeleuchtung war mangelhaft. ■ Notausgänge waren blockiert. ■ Brandschutzausrüstung war ungeeignet. ■ Adäquate Notfallpläne für den Brandfall waren nicht vorhanden. ■ Regelmäßige medizinische Untersuchungen für Mitarbeiter, die mit Gefahrstoffen umgehen, wurden nicht durchgeführt. ■ Arbeiter trugen keine ausreichende Schutzausrüstung. ■ Die Anzahl an Arbeitsschutzbeauftragten war zu gering. ■ Die Mitarbeiter hatten zu wenig Platz in den Schlafsälen. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Adäquate Notbeleuchtung wurde angebracht. ■ Freie Fluchtwege wurden sichergestellt. ■ Die Brandschutzausrüstung wurde angepasst und regelmäßige Kontrollen wurden eingeführt. ■ Medizinische Untersuchungen wurden regelmäßig durchgeführt. ■ Filter im Belüftungssystem werden häufiger ausgetauscht. ■ Das Tragen persönlicher Schutzausrüstung wurde verpflichtend eingeführt und wird regelmäßig kontrolliert. ■ Arbeitsschutzbeauftragte wurden eingestellt beziehungsweise ausgebildet. ■ Die Mitarbeiteranzahl pro Schlafsaal wurde reduziert.

☑ Unternehmensethik.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Unternehmensethik	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gesellschaftliches Engagement zur Förderung nachhaltigen Wirtschaftens fehlte ■ Anforderungen an Zulieferer zur Einhaltung ökologischer, sozialer und ethischer Standards fehlten. 	<ul style="list-style-type: none"> ■ Das gesellschaftliche Engagement wurde intensiviert. ■ Verbindliche Umwelt- und Sozialstandards für Zulieferer wurden eingeführt, inklusive regelmäßiger Überprüfung.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Lieferanten > Internationale Zusammenarbeit

Internationale Zusammenarbeit.

 Inhalt durch PwC geprüft

Die Telekom setzt sich seit mehreren Jahren international für die nachhaltige Gestaltung von Lieferantenbeziehungen ein, beispielsweise in der Global e-Sustainability Initiative (GeSI).

Zudem engagieren wir uns direkt vor Ort in den Ländern unserer Zulieferer. Ein Fokus unserer aktuellen Aktivitäten liegt dabei auf China. Dort sind neben der offiziellen Niederlassung in Beijing die Bereiche Einkauf, Technology und Produktmanagement mit einem Büro in der südchinesischen Stadt Shenzhen vertreten. Als Partner des Projekts „SWITCH-Asia“ engagieren wir uns insbesondere für die Verankerung von Nachhaltigkeit in der chinesischen Elektronikindustrie.


 GeSI: Initiative der Telekommunikationsbranche.

Als Gründungsmitglied der [GeSI](#) engagiert sich die Telekom seit 2001 für mehr Transparenz in der Lieferkette. Zentrales Anliegen der [GeSI](#) ist eine Verbesserung der sozialen und ökologischen Bedingungen beim Rohstoffabbau.

Seit 2006 hat die Telekom den Vorsitz inne. Im Berichtszeitraum engagierten wir uns darüber hinaus im Rahmen mehrerer Arbeitsgruppen, unter anderem in der

- Supply Chain Working Group,
- Climate Change Working Group und
- Extractives Working Group.

Zudem haben wir im Berichtszeitraum als Mitglied des [E-TASC](#) Executive Council die Weiterentwicklung von E-TASC vorangetrieben.

 Chinas Mittelstand für Nachhaltigkeit sensibilisieren.

In China unterstützen wir als strategischer Partner das 2009 initiierte und von der EU geförderte Projekt „[SWITCH-Asia](#)“. Die Telekom ist dort als alleiniger Vertreter der ICT-Branche aktiv. Ziel des Projekts ist die Aufklärung und Qualifizierung von mehr als 500 kleinen und mittleren Unternehmen aus der Elektronikindustrie zu Themen wie Öko-Effizienz, Arbeitssicherheit und CR.

Im Berichtszeitraum war die Telekom in zahlreiche Aktivitäten in China eingebunden:

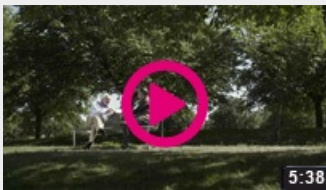
- Wir beteiligten uns im April 2010 in Shanghai an einem Workshop, in dem chinesischen Unternehmen der Region Einblicke in die Themenfelder Öko-Effizienz, Arbeitssicherheit und CR gegeben wurde.
- Im Mai 2010 besuchten wir verschiedene „SWITCH Asia“-Projektpartner in Beijing und konnten neue Erkenntnisse über den Stand des Projektes gewinnen.
- Während der ebenfalls im Mai durchgeführten „Policy Tour in Europe“ besuchten Vertreter des chinesischen Ministeriums für Industrie und Informationstechnologie, des Umweltschutzministeriums und des Chinese Institute of Electronics verschiedene Institutionen in Deutschland und in Belgien. Eine Station war auch die Firmenzentrale der Deutschen Telekom in Bonn.
- Darüber hinaus waren wir beim EC/SWITCH-Seminar bei der UN Conference on Climate Change aktiv, das im Mai 2010 in New York stattfand.
- Im Oktober 2010 war die Telekom in Shunde bei einer regionalen Auftaktveranstaltung vertreten. Darin wurde den Vertretern der kleinen und mittleren Unternehmen unter anderem der Nutzen einer Verbesserung der Öko-Effizienz, der Gesundheits- und Sicherheitsstandards und der CSR-Performance detailliert erläutert.

„SWITCH-Asia“ verfolgt das Ziel, im Zeitraum von 2010 bis 2012 in den fünf Projektregionen insgesamt 35 Trainings-Workshops durchzuführen und so 500 Unternehmen zu erreichen. Dieses Ziel werden wir auch im Jahr 2011 als strategischer Partner unterstützen.

Klima und Umwelt.

Vor dem Hintergrund eines weltweit steigenden Energiebedarfs kommt der ICT-Branche eine Schlüsselrolle bei der Eindämmung des Klimawandels zu. Auch die Telekom arbeitet auf breiter Ebene daran, zu einer klimafreundlichen Gesellschaft beizutragen. Wir entwickeln innovative ICT-Lösungen, die einen umweltfreundlichen Konsum ermöglichen. Zugleich treiben wir mit hohen Investitionen den Ausbau einer umwelt- und klimaverträglichen Netzinfrastruktur voran und wirken innerhalb unserer Branche als Impulsgeber.

Mit umfassenden Maßnahmen setzt sich die Telekom konzernweit dafür ein, durch ihre Geschäftstätigkeit verursachte Umwelt- und Klimaauswirkungen kontinuierlich zu verringern. Zukünftig wollen wir mithilfe einer neuen Klimaschutzstrategie noch effektiver unseren CO₂-Ausstoß reduzieren. Mit groß angelegten Kampagnen sensibilisieren wir sowohl unsere Mitarbeiter als auch unsere Kunden für ein umweltbewusstes Verhalten.



Mit ICT zu weniger CO₂

Dennis Pamlin, Director, Low Carbon Leaders project, UN Global Compact, debattiert mit Dr. Ignacio Campino, Beauftragter des Vorstands der Deutschen Telekom für Nachhaltigkeit und Klimaschutz, darüber, welchen konkreten Beitrag die Telekom zur Low Carbon Society leisten kann.

Was sind die wesentlichen Themen im Kapitel „Klima und Umwelt“?
Das Ergebnis unserer Abfrage bei internen und externen Stakeholdern finden Sie hier.



Wie wir die wesentlichen Themen bestimmt haben.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Klimaschutz

Klimaschutz.

Die ICT-Branche wird bei der Eindämmung des Klimawandels eine Schlüsselrolle spielen: Digitale Technologien und innovative ICT-Lösungen können maßgeblich dazu beitragen, die weltweiten Treibhausgasemissionen zu reduzieren. Möglichkeiten zur Einsparung von CO₂-Emissionen liegen dabei nicht nur bei den Unternehmen des ICT-Sektors: Intelligenter eingesetzte neue Informationstechnologien können insbesondere in anderen Branchen zu erheblichen Reduktionen führen. Dies gilt vor allem in den Bereichen Gebäudewirtschaft (Smart Buildings), Logistik (Smart Logistics), Stromwirtschaft (Smart Grid), Industrieautomation (Smart Motors) und Dematerialisierung. Zu diesem Ergebnis kommen zwei Studien, deren Erstellung die Telekom in den letzten Jahren maßgeblich unterstützt hat:

- die „globale Studie „SMART 2020““ der GeSI aus dem Jahr 2008 und
- „SMART 2020 Addendum Deutschland“, veröffentlicht im Jahr 2009.

Daher haben wir die Förderung einer klimafreundlichen Gesellschaft fest in unserer CR-Strategie verankert. Über unsere Unternehmensgrenzen hinaus engagieren wir uns in verschiedenen Initiativen zum Thema Klimaschutz. Zudem leisten unsere innovativen Produkte und Dienste schon heute einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zu einer klimaschonenden Gesellschaft. Auch die Reduktion der eigenen CO₂-Emissionen treibt der Telekom Konzern kontinuierlich voran – insbesondere mithilfe einer neuen Klimaschutzstrategie, die im Berichtszeitraum entwickelt wurde.

☑ Neue Klimaschutzstrategie: Ambitioniertes Ziel bis 2020.

40 Prozent weniger CO₂.

Unsere bisherige Klimaschutzstrategie aus dem Jahr 2005 sah für unseren Konzern in Deutschland eine Reduktion der CO₂-Emissionen bis 2020 um 20 Prozent gegenüber den Werten im Jahr 1995 vor. Dieses Ziel war vor dem Hintergrund des schnell voranschreitenden Klimawandels und dem wachsenden Energiebedarf der Gigabit-Gesellschaft nicht mehr ambitioniert genug. Zudem sehen wir uns heute gestiegenen Anforderungen aus der Politik und neuen wissenschaftlichen Erkenntnissen zur globalen Erwärmung gegenüber.

Aus diesem Grund haben wir unsere Klimaschutzstrategie im Jahr 2010 überarbeitet. Der Konzernvorstand verabschiedete im September 2010 die neue Zielsetzung für den Telekom Konzern in Deutschland: Wir streben bis 2020 eine Reduktion der CO₂-Emissionen bis zu 30 Prozent gegenüber den Werten im Jahr 2008 an. Das entspricht einer Reduktion von insgesamt 40 Prozent gegenüber dem Ausstoß im Jahr 1995. Mit dieser Weiterentwicklung im Bereich Klimaschutz setzen wir konsequent unseren Weg zu einer „klimafreundlichen Gesellschaft“ fort.

Eine Verringerung des CO₂-Ausstoßes des Telekom-Konzerns in den nächsten Jahren wird vor allem aus der Umstellung des Netzes auf das energieeffizientere Internetprotokoll (All-IP) resultieren. Auch die neue Green-Car Policy und Einsparungen im Bereich Gebäudemanagement werden einen großen Beitrag leisten. Die Messung der erzielten Einsparungen erfolgt über den CR Key Performance Indikator „CO₂-Emission“.

☑ Internationaler Roll-out der neuen Klimaschutzstrategie.

Für das Jahr 2011 ist die Internationalisierung der Klimaschutzstrategie unter Einbeziehung der Auslandsgesellschaften geplant. Hierfür erarbeiten wir individuelle CO₂-Reduktionsziele, wobei konzernweite Vorgaben mit lokalen Potenzialen abgeglichen und zusammengeführt werden. Außerdem soll in Zukunft der CO₂-Ausstoß entlang der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. Weiterhin werden wir verschiedene begleitende Projekte aufsetzen: Beispielsweise ist geplant, eine Berücksichtigung von Klimakriterien bei Investitionen zu prüfen.

☑ Expertenteams für den Klimaschutz.

Entwickelt wurde die neue Klimaschutzstrategie durch die Climate Change Group, einem seit 2009 bestehenden internen Expertengremium.

Begleitend zur Überarbeitung unserer Klimaschutzstrategie richteten wir eine sogenannte Klima-Taskforce ein. Diese Arbeitsgruppe entwickelt und initiiert konkrete Maßnahmen, mit denen wir unseren CO₂-Ausstoß in der Periode 2011 bis 2015 um 20 Prozent verringern können. Mithilfe der Klima-Taskforce wollen wir uns der EU-Empfehlung für die ICT-Branche bezüglich einer Senkung der CO₂-Emissionen so weit wie möglich annähern.

☑ Aufnahme in den Carbon Performance Leadership Index.

Die Telekom wurde als eines von neun deutschen Unternehmen in den Carbon Performance Leadership Index aufgenommen, der im Jahr 2010 vom Carbon Disclosure Project (CDP) veröffentlicht wurde. Dieser Index zeichnet Unternehmen aus, die sich in besonderem Maße dem Klimaschutz verpflichtet haben. Bewertet wurden dabei Klimaschutzstrategien, Energiesparpläne, Emissionsreduktionsziele und die Maßnahmen zu ihrer Umsetzung.

© Deutsche Telekom, 2011

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Klimaschutz > Klimaschutzinitiativen

Klimaschutzinitiativen.

Die Bekämpfung der globalen Erwärmung ist eine der zentralen Fragen der Zukunft. Um tragfähige Lösungsansätze für den Klimaschutz zu entwickeln, ist eine enge Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft von entscheidender Bedeutung. Die Telekom engagiert sich deshalb in zahlreichen Initiativen für den Schutz des Klimas und der Umwelt.

EU Corporate Leaders Group on Climate Change.

Die vom Prince of Wales ins Leben gerufene Initiative [EU Corporate Leaders Group on Climate Change](#) ist ein Zusammenschluss von 18 führenden europäischen Unternehmen aus verschiedenen Branchen. Die Telekom tritt als Gründungsmitglied der EU CLG für ein ehrgeiziges und faires Abkommen zur weltweiten Reduktion der CO₂-Emissionen ein.

Als Mitunterzeichner eines offenen Briefs der Initiative setzten wir uns im Mai 2010 dafür ein, den Emissionshandel zu stärken und die Entwicklung und Anwendung kohlenstoffarmer Technologien zu forcieren. Damit unterstützten wir im Vorfeld der Klimaschutzkonferenz in Cancún die von der Europäischen Union angestrebte Erhöhung des CO₂-Reduktionsziels von 20 auf 30 Prozent bis zum Jahr 2020 gegenüber dem Basisjahr 1990.

2° – Deutsche Unternehmer für den Klimaschutz.

Die Initiative „[2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz](#)“ hat sich zum Ziel gesetzt, die Erderwärmung langfristig auf maximal zwei Grad Celsius gegenüber dem vorindustriellen Niveau zu begrenzen. Gemeinsam mit den wichtigsten Lenkern der deutschen Wirtschaft unterstützt die Deutsche Telekom im Rahmen der Initiative die deutsche Bundesregierung auf nationaler und internationaler Ebene bei einer erfolgreichen Politik zum Schutz des Weltklimas. Den wichtigsten Beitrag zur deutschen Klimaschutzpolitik sieht die Initiative darin, Technologien, Verfahren und Dienstleistungen zu entwickeln, die weltweit zu einer Reduktion von Treibhausgasemissionen eingesetzt werden können.

Forum zu Forschung und Innovation für Klimaschutz.

Im Februar 2010 fand in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom in Berlin das „2° Forum 2010 zu Forschung und Innovation für Klimaschutz“ statt. Über 300 Teilnehmer diskutierten mögliche Wege und Schlüsselprojekte für ein erfolgreiches und klimafreundliches Wirtschaften. Unter ihnen waren auch Bundesforschungsministerin Annette Schavan und Hans Joachim Schellnhuber vom Potsdam Institut für Klimafolgenforschung.

Unterstützung des Energiekonzepts der Bundesregierung.

Im September 2010 sicherten die Mitglieder der 2°-Initiative der Bundesregierung ihre Unterstützung bei der Umsetzung eines ambitionierten Energiekonzepts zu. Dieses sieht eine verlässliche Festlegung der nationalen Reduktionsziele für Treibhausgase von 40 Prozent bis 2020 und 80 Prozent bis 2050 (gegenüber dem Basisjahr 1990) vor. Dies soll einerseits durch Investitionen in die Infrastruktur und in neue Energietechnologien erreicht werden. Auch der Ausbau intelligenter und leistungsfähiger Stromnetze soll im Sinne des Klimaschutzes weiter vorangetrieben werden. Die Wirtschaft hat sich bereiterklärt, einen Investitionsbeitrag zu leisten und gemeinsam mit Politik und Umweltverbänden das Verständnis der Menschen für die Notwendigkeit von Umbaumaßnahmen zu erhöhen.

Cancún Communiqué zum Klimawandel.

Im Vorfeld der Klimaschutzkonferenz in Cancún, Mexiko, unterstützte die Telekom im Rahmen der 2°-Initiative gemeinsam mit Unternehmensnetzwerken anderer Länder das „[Cancún Communiqué on Climate Change](#)“. Darin forderten wir ein verlässliches internationales Rahmenabkommen und konkrete Schritte für den Klimaschutz, wie die Förderung von Technologien zur Vermeidung von Treibhausgasen. Dieses Communiqué ist die bisher größte internationale Initiative von Unternehmen für den globalen Klimaschutz. Die Telekom hat bereits Communiqués zu den Klimakonferenzen auf Bali, im polnischen Poznan und in Kopenhagen unterzeichnet.

Global e-Sustainability Initiative.

Deutsche Telekom und OTE unterzeichnen Breitband-Kodex.

Bereits seit 2001 engagiert sich die Telekom als Gründungsmitglied in der [Global e-Sustainability Initiative](#). Seit 2006 hat sie auch den Vorsitz inne. Diese Brancheninitiative arbeitet darauf hin, die weltweiten CO₂-Einsparpotenziale auszuschöpfen, die moderne Informationstechnologien der Gesellschaft bieten. Sie setzt sich auch dafür ein, die [Rohstoffgewinnung](#) transparenter zu gestalten und die sozialen und ökologischen Bedingungen beim Rohstoffabbau zu verbessern.

Im Jahr 2010 sind die griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote Greece – gemeinsam mit

den Gesellschaften in Rumänien, Bulgarien und Albanien – der GeSI beigetreten. Sowohl deutsche als auch griechische Kollegen engagierten sich im Berichtszeitraum in verschiedenen Arbeitsgruppen von GeSI.

GeSI-Mitglieder unterzeichnen Breitband-Kodex der EU-Kommission.

Im September 2010 unterzeichnete die Telekom als eines von 20 GeSI-Mitgliedern den von der Europäischen Kommission entwickelten „[Code of Conduct on Efficiency of Broadband Communication Equipment](#)“. Ziel des Verhaltenskodex ist es, den Energieverbrauch der Netzinfrastruktur durch die Einführung von Grenzwerten für Breitbandanlagen zu reduzieren. Neben der Telekom Deutschland verpflichtete sich die griechische OTE als weitere Konzerngesellschaft zur Einhaltung des Kodex. Insgesamt decken die Unterzeichner bereits mehr als 70 Prozent des Breitbandmarkts in der EU ab.

Enge Zusammenarbeit zwischen öffentlichem und privatem Sektor.

Anlässlich der 16. Klimakonferenz der Vereinten Nationen in Cancún im Dezember 2010 stellte die GeSI die „[Guadalajara ICT Declaration](#)“ vor. Diese Deklaration wurde unter Federführung der GeSI und der mexikanischen Regierung gemeinsam mit Unternehmen des Technologiestandorts Guadalajara erarbeitet. Auch die Telekom beteiligte sich als GeSI-Mitglied an der Entwicklung der Vereinbarung. Das Ziel der „Guadalajara ICT Declaration“ ist eine verstärkte Nutzung der Potenziale moderner ICT zur CO₂-Reduktion. Dazu wurde eine enge Kooperation zwischen öffentlichem und privatem Sektor beschlossen.

☑ Branchenübergreifendes Projekt Product Carbon Footprint.

Bereits seit 2008 beteiligt sich die Telekom als Mitglied des Projekts [Product Carbon Footprint \(PCF\)](#) am Aufbau einer branchenübergreifenden Plattform zur Förderung eines klimaverträglichen Konsums. Ziel dieser Plattform ist die Entwicklung von Strategien zur Emissionsreduktion in den Wertschöpfungsketten. Die Projektpartner wollen darüber hinaus auch neue Ansätze für die Kundenkommunikation erarbeiten, um die Verbraucher von einem [klimaverträglichen Konsum](#) zu überzeugen.

Zur Entwicklung der Plattform arbeitet das PCF-Projekt mit verschiedenen NGOs und wissenschaftlichen Einrichtungen wie dem [Öko-Institut e.V.](#) und dem [Potsdam-Institut für Klimafolgenforschung](#) zusammen.

Die Deutsche Telekom beteiligte sich im Jahr 2009 an einem Pilotprojekt des PCF-Projekts zur Erhebung des CO₂-Fußabdrucks. Darin wurde der Product Carbon Footprint für den Telefonanschluss „Call & Surf Comfort“ ermittelt.

☑ Unterstützung der GHG Protocol Initiative.

Im Jahr 2010 nahm die Telekom am sogenannten Road Testing der Global Greenhouse Gas Accounting Standards der [Greenhouse Gas \(GHG\) Protocol Initiative](#) teil. Ziel war es, die von der Initiative entwickelten Standards – festgeschriebene Methoden zur Messung und Offenlegung von CO₂-Emissionen – auf ihre Anwendbarkeit zu überprüfen.

Dazu nahm die Telekom den Standard für den Produktlebenszyklus anhand des Video-Konferenzsystems [TelePresence](#) unter die Lupe. Zudem unterzogen wir den Standard für den Company Carbon Footprint, den CO₂-Fußabdruck des gesamten Unternehmens, einem umfassenden Test. Basis hierfür war ein Emissionswert, den die Telekom im Jahr 2009 in Zusammenarbeit mit dem Beratungsunternehmen Pricewaterhouse Coopers (PwC) errechnet hatte. Die Ergebnisse bezüglich der Anwendbarkeit und des Nutzens der Standards stellten wir auf dem „[4. Product Carbon Footprint World Summit Forum](#)“ im Oktober 2010 vor.

Film: [Claudia Schwabs Präsentation auf dem 4. Product Carbon Footprint World Summit Forum](#)

☑ Griechenland: OTE und Cosmote Greece in ICT-Arbeitsgruppe aktiv.

Im Juli 2010 wurden die griechischen Landesgesellschaften OTE und Cosmote Mitglied einer Arbeitsgruppe des griechischen Ministeriums für Infrastruktur, Transport und Netzwerke. Gemeinsam mit Vertretern der Technical Chamber of Greece, der „Greek Computer Society“ und weiterer ICT-Unternehmen diskutieren Experten von OTE und Cosmote Greece den Einfluss, den moderne Informations- und Kommunikationstechnologien auf den Klimaschutz haben können. Das wesentliche Ziel der Arbeitsgruppe ist es, „grüne Regeln“ für die ICT-Branche in Griechenland zu entwickeln.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Klimaschutz > Energiemanagement

Energiemanagement.

Um unser ambitioniertes [Klimaschutzziel](#) zu erreichen, setzen wir nicht nur bei [Produkten und Diensten](#) für unsere Kunden auf ressourcenschonende Informations- und Telekommunikationstechnik. Auch unsere betrieblichen Prozesse und unsere Infrastruktur optimieren wir in dieser Hinsicht stetig.

Wir arbeiten daran, den Stromverbrauch unserer Geschäftstätigkeit sukzessive vom [CO₂-Ausstoß](#) zu entkoppeln. Fortschritte in diesem Bereich ermitteln wir seit 2010 mit dem [CR Key Performance Indikator](#) CO₂-Emission.

☑ Deutschland: Einsatz regenerativer Energien.

Seit Januar 2008 deckt die Telekom in Deutschland 100 Prozent ihres Strombedarfs aus regenerativen Energiequellen über RECS zertifizierte (Renewable Energy Certificates System) skandinavische Wasser- und Windkraftwerke. Wir arbeiten stetig daran, den Einsatz grüner Technologien auszuweiten. Dabei gehen wir auch neue Wege, beispielsweise mit der eigenen Erzeugung grünen Stroms.

TÜV-zertifizierter Energiedienstleister PASM

Die [PASM \(Power and Air Condition Solution Management GmbH\)](#) ist eine Tochtergesellschaft der Deutschen Telekom AG. Sie ist innerhalb der Deutschen Telekom für die Beschaffung, Bereitstellung und Lieferung von Energie inklusive der damit verbundenen Serviceleistungen zuständig.

2010 wurde die PASM vom [TÜV Süd](#) als energieeffizientes Unternehmen nach dem Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) § 41ff. zertifiziert. Die Konzerngesellschaft soll bis zum vierten Quartal 2011 zudem nach der Energienorm ISO 16001 zertifiziert werden. Im ersten Schritt hat die Geschäftsführung dafür bereits auf Leitungsebene einen Energiemanagementbeauftragten benannt und die Einführung eines Energiemonitoring-Systems beauftragt.

Im Berichtszeitraum hat sich PASM verstärkt mit der Nutzung von Energie aus regenerativen Quellen befasst:

- **Studie zur Nutzung von Ökostrom:** Im Auftrag der [Climate Change Group](#) erarbeitete die PASM eine Studie, in der sie den Einsatz von regenerativen Energien oder die Beteiligung an solchen Projekten sowie den Bezug von Ökostrom miteinander verglich. Es wird derzeit auch geprüft, inwieweit die Nutzung des Grünstromprivilegs durch PASM eine ökologische und ökonomische Alternative zu den RECS-Zertifikaten darstellt.
- **Machbarkeitsanalyse zu Strom aus eigener Produktion:** Im Berichtszeitraum analysierte die PASM die Einsatzmöglichkeiten von Biogas zur Eigenerzeugung von Strom und Wärme. Hierzu hat die Konzerngesellschaft zehn Mini-Blockheizkraftwerke (BHKW) zur Erzeugung von Strom und Heizwärme für Telekom-Netzknotten in Betrieb genommen. Eine Machbarkeitsanalyse ergab, dass der Einsatz von Biogas nicht den Wirtschaftlichkeitsanforderungen der Telekom entspricht. Daher wird im ersten Schritt Naturgas in den Mini-BHKW verwendet und der Einsatz von Greengas-Zertifikaten geprüft. Diese beziehen sich auf Biogasanlagen in Ungarn, in denen landwirtschaftliche Abfälle verwertet werden. Greengas gewährleistet neben einem hohen Wirkungsgrad von über 90 Prozent auch eine hohe Umweltfreundlichkeit.

☑ Niederlande: Ausschließliche Nutzung von Ökostrom.

100 Prozent Strom aus erneuerbaren Quellen.

Die Landesgesellschaft T-Mobile Netherlands setzt innerhalb des niederländischen Telekommunikationssektors Maßstäbe bei der Nutzung umweltfreundlicher Energiequellen: Seit 2010 wird der Energieverbrauch von T-Mobile Netherlands zu 100 Prozent mit Strom aus erneuerbaren Quellen gedeckt. Das entspricht einer Steigerung von rund 17 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Um die Energieeffizienz weiter zu steigern, implementierte T-Mobile Netherlands im Jahr 2010 einen Energieeffizienzplan. Dieser schreibt konkrete Energiesparziele und entsprechende Maßnahmen für das gesamte Unternehmen fest. Er ist Teil des nach ISO 14001 zertifizierten [Umweltmanagementsystems](#) der niederländischen Landesgesellschaft.

☑ Ungarn: Umweltbewusste Energienutzung.

Auch die ungarische Landesgesellschaft senkt mit dem Einsatz von erneuerbaren Energien ihren CO₂-Ausstoß. Magyar Telekom bezieht derzeit 15 Prozent ihrer Energie aus regenerativen Quellen. Dieser Anteil soll in den kommenden Jahren ausgebaut werden. Im Zuge dieser Strategie versucht das

Unternehmen, eigene Quellen für regenerative Energie zu erschließen.

Zugleich optimiert Magyar Telekom seit 2008 mit dem Projekt „PC Switch-off“ den eigenen Energieverbrauch. Alle Computer wechseln nach 15 Minuten automatisch in den Standby-Modus, wenn sie nicht genutzt werden. Im Jahr 2010 wurden dadurch 817 Megawattstunden Strom eingespart.

☑ Griechenland: Energie- und CO₂-Monitoring.

Die griechische Landesgesellschaft Cosmote entwickelte ein strategisches Instrument zur Messung ihres Energieverbrauchs und der damit verbundenen CO₂-Emissionen. Dieses wurde im Jahr 2010 eingeführt. Ziel des internen Instruments ist es, alle Energiedaten zu erfassen und zu analysieren. Auf Basis der Ergebnisse wird der Energiekonsum zukünftig überwacht und der künftige Verbrauch prognostiziert.

☑ Energieeffizientes Gebäudemanagement.

Ein effektives Gebäudemanagement ist für die Telekom eine wichtige Stellschraube, um ihre ambitionierten [Klimaschutzziele](#) zu erreichen. So führen wir bei allen Instandsetzungen von Gebäuden eine energetische Überprüfung der Wärmeversorgung und Lüftungstechnik durch und arbeiten kontinuierlich an einem noch energieeffizienteren Gebäudemanagement.

- **Mitarbeiterinitiative für regenerative Energien:** Bereits im Jahr 2008 starteten Mitarbeiter der Telekom in Deutschland das Projekt „Innovative Energie Anlagen“, in dessen Rahmen sie selbst eine Photovoltaikanlage betreiben. Im Berichtszeitraum wurde das Projekt fortgeführt: 30 Unternehmensgebäude wurden auf ihre Eignung zur Installation einer Photovoltaikanlage geprüft. Bis Ende 2010 konnten zwei neue Anlagen installiert werden.
- **LED-Pilotprojekte erfolgreich abgeschlossen:** Im Jahr 2010 wurden im Rahmen eines Pilotprojekts mehrere Tiefgaragen in Deutschland mit LED-Leuchten ausgestattet – mit viel versprechendem Ergebnis: Allein in den drei Bonner Tiefgaragen der Telekom können durch den Einsatz von LED-Beleuchtung pro Jahr 380 000 Kilowattstunden Strom und damit 155 Tonnen CO₂ eingespart werden. In Leipzig konnte ein im Berichtszeitraum gestartetes LED-Pilotprojekt in Bürogebäuden erfolgreich abgeschlossen werden. Auf Basis der Ergebnisse werden wir im Laufe des Jahres 2011 an zehn Verwaltungsstandorten der Telekom in Deutschland energiesparende LED-Beleuchtung installieren.
- **OTE weitet Berechnung der Energiebilanz ihrer Gebäude aus:** Im Berichtszeitraum trieb die griechische Landesgesellschaft ihr 2008 gestartetes Projekt zur Erhebung des CO₂-Fußabdrucks ihrer Gebäude weiter voran. Sie verfolgt damit das Ziel, landesweit die Energiebilanz aller großen Unternehmensgebäude zu erfassen und transparent zu machen. Seit 2010 wurden auch drei Firmengebäude in Süd- und Westgriechenland aufgenommen, sodass derzeit für insgesamt neun Immobilien die Energiebilanz ermittelt wird. Bis Ende 2011 sollen alle großen Gebäude der OTE vollständig registriert sein.

☑ Klimaschutzinvestitionen zur CO₂-Kompensation.

Wir bemühen uns, unsere Geschäftstätigkeit so energieeffizient wie möglich zu gestalten. Dennoch bleibt ein gewisser Anteil an unvermeidbaren CO₂-Emissionen bestehen. Um diesen zu kompensieren, investieren wir zunehmend in Klimaschutzprojekte, insbesondere in ein brasilianisches Biomasse-Energieprojekt. Sowohl eine Reihe von Produkten und Diensten, als auch Veranstaltungen der Telekom und Dienstreisen werden auf diese Weise klimaneutral gestellt.

Auf einen Blick: Klimaneutralstellungen im Berichtszeitraum.

Produkte und Dienste

- Telefon-, Web- und Videokonferenztechnologien (buchbar über das [Konferenzportal](#))
- [Gamesload](#)
- [Musicload](#)
- [Softwareload](#)
- [Videoload](#)
- [Smart-Metering-Plattform](#)
- [Paketversand](#)

Geschäftsreisen der Telekom in Deutschland

- [Geschäftsreisen mit der Bahn](#)

Veranstaltungen der Telekom in Deutschland

- [Hauptversammlung 2010](#)
- 24 Hours Berlin
- Umweltworkshop

- World Cup United 2010
- CR Offsite
- IFA 2010
- Agile Day
- Auditoren Assessment
- The Great Transformation – 100% Future
- CR-Day
- Messestand auf der E-World 2011
- Messestand auf der CeBIT 2011
- Verschiedene interne Veranstaltungen (z.B. Weihnachtsfeier, Betriebsversammlung, Gesundheitstag)

Insgesamt hat die Telekom im Berichtszeitraum für die Klimaneutralstellung von Veranstaltungen Treibhausgasemissionen in Höhe von 3 718 Tonnen CO₂ kompensiert.

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur.

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

Umso wichtiger wird es, im Sinne des [Klimaschutzes](#) die Infrastruktur, das heißt [Netze](#) und [Rechenzentren](#), nicht nur leistungsfähiger, sondern auch energieeffizienter zu gestalten. Es gilt, den Energieverbrauch pro Leistungseinheit drastisch zu reduzieren.

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

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

Unterzeichnung des Code of Conduct Broadband.

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

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

- Maximalverbrauchswerte für die gesamte Infrastruktorkette vom Betreiber bis zu den Geräten des Endkunden
- Verpflichtung aller Beteiligten, Geräte nach energieeffizienten Kriterien herzustellen, auszuwählen und einzusetzen
- Aufzeigen von Verbesserungen der Energieeffizienz von Endverbrauchergeräten und dem in der Infrastruktorkette eingesetzten Equipment

Netzmodernisierung.

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

Eine CO₂-Minderung von rund 12 000 Tonnen pro Jahr erbrachte die Erneuerung der UMTS-Mobilfunkanlagen der Telekom Deutschland GmbH in den Jahren 2009 und 2010. Insgesamt tauschten wir zwischen Juli 2009 und August 2010 allein im deutschen Mobilfunknetz 8 400 UMTS-Basisstationen aus. Ab 2011 erzielen wir damit gegenüber der alten UMTS-Technik Einsparungen von jährlich rund 30 000 MWh elektrischer Energie. Dies entspricht einer Reduktion von rund 30 Prozent. Auch im Festnetz-Bereich leiteten wir zahlreiche Modernisierungsmaßnahmen ein. Bei der Entsorgung der Altanlagen und Kabel realisierten wir über Wiederverwendung und -verwertung hohe Recyclingquoten.

▾ Maßnahmen zur Netzmodernisierung in Deutschland.

8 400 neue Basisstationen sparen bis zu 30 Prozent Energie.

Das schnelle VDSL-Netz basiert auf Glasfaserkabeln. Ab 2004 begannen wir an einzelnen Standorten mit seiner Verlegung. Der flächendeckende Ausbau startete 2006. Als Knotenpunkte werden hierfür die alten Standorte der – im Stadtbild als graue Kästen deutlich erkennbaren – Kabelverzweiger weiter genutzt und diese, soweit möglich, mit den neuen Multifunktionsgehäusen überbaut. Im Laufe des Jahres 2010 wurden 2 600 Multifunktionsgehäuse errichtet. Ihre Gesamtzahl belief sich im Januar 2011 auf 47 000. Im Verlaufe des Ausbaus wurden in diesem Zuge 2 633 sogenannte Outdoor-DSL-Access-Multiplexer in Betrieb genommen. Diese bündeln in Regionen mit größeren Distanzen zwischen Kunde und Vermittlungsstelle den DSL-Datenverkehr.

Pilotprojekt für effiziente Notstromversorgung.

Um den Wirkungsgrad der eingesetzten Energie noch weiter zu erhöhen und Leistungsverluste zu verringern, erproben wir in einem Pilotprojekt zwei alternative Energieversorgungsarten für die Backup(Notstrom)-Versorgung der Technik in den Multifunktionsgehäusen: Brennstoffzellentechnologie und Lithium-Ionen-Akkus. Im Fokus des Pilotprojekts stehen sowohl die Auswahl von Netzgeräten mit möglichst hohem Wirkungsgrad als auch die Steigerung der Energieeffizienz bei der Systemtechnik. Je weniger Energie in Multifunktionsgehäusen verbraucht wird, desto länger kann die Notstromversorgung aufrecht erhalten werden. Zugleich lassen sich so die Betriebskosten senken.

Das Projekt „Best Backup“ erstreckt sich über eine Laufzeit von Oktober 2010 bis Dezember 2012. Eine erste Demonstrationsanlage wird im vierten Quartal 2011 fertiggestellt sein. Eine Besonderheit des neuen Konzepts ist die Möglichkeit, autarke, also vom Stromnetz unabhängige, Multifunktionsgehäuse-Standorte zu realisieren. Vereinzelt konnten auch die zuvor genutzten umweltrelevanten Bleibatterien ersetzt werden. Mithilfe der Brennstoffzellensysteme können darüber hinaus neue Energieversorgungskonzepte realisiert werden. So können zum Beispiel die einzelnen Aggregate in einer Region über intelligente Stromnetze zu virtuellen Kraftwerken zusammengeschaltet werden.

Neue Hardware spart bis zu 30 Prozent Energie.

Nahezu unbemerkt für unsere Kunden wurden im Mobilfunknetz der Telekom Deutschland GmbH die alten 3G-Anlagen auf den neuesten Stand der Technik gebracht. Bis Mitte August 2010 waren binnen eines Jahres über 8 400 Basisstationen ausgetauscht worden. Dabei konnte durch die neue, energieeffiziente und platzsparende Hardware der Energieverbrauch um bis zu 30 Prozent gesenkt werden. Zugleich wurde die Bandbreite der Netze in sieben deutschen Regionen deutlich erhöht. Dieser Technikwechsel macht das UMTS-Netz der Telekom fit für den neuen 3G-Standard HSPA+.

Einsparungen durch vorgezogenen Abbau alter Technik.

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

Durch den frühzeitigen Abbau der alten Technik zur Stromversorgung und Klimatechnik werden weniger Investitionsmittel gebunden – zugunsten eines beschleunigten Aufbaus der neuen Netze. Die damit verbundene Energieeinsparung ist gleichfalls erheblich: Im Jahr 2010 wurden Anlagen mit einer Leistung von 4 189 kW stromlos geschaltet. Durch den Abbau spart die Telekom jährlich rund 37 GWh an elektrischer Energie sowie Kosten in Höhe von 8 Millionen Euro jährlich für Strom und andere laufende Kosten ein. Zusätzlich wurden circa 8,4 Millionen Euro einmalig an Investitionskosten eingespart. Es wurden dadurch 16 000 Tonnen CO₂-Emissionen vermieden.

▾ Entsorgung von Kabeln und Elektroschrott als Wertschöpfung.

Bei der Umstellung auf das Glasfasernetz entstehen große Abfallmengen: Im Jahr 2010 zog die Telekom allein in Deutschland mehr als 12 000 Tonnen Kupferkabel aus den Kabelkanälen, darunter ganz unterschiedliche Kabelarten wie Kunststoffmantelkabel, Bleikabel oder Stahlwellmantelkabel.

Der im Rahmen von Standortrückbauten anfallender Elektronikschrott sowie Altkabel werden in zertifizierten Entsorgungsbetrieben umweltgerecht und nahezu vollständig verwertet. Metalle und Kunststoffe werden dabei weitestgehend in hoher Qualität in den Wirtschaftskreislauf zurückgeführt. Bei der Zerlegung der Kabel und der Rückgewinnung des Kupfers entstehen lediglich minimale Produktionsverluste. Je nach Zusammensetzung werden dabei Verwertungsquoten von etwa 70 bis 90 Prozent erreicht.

Komplette Entsorgungskette unter Aufsicht .

Die Telekom initiiert jährliche Kontrollen der Kabelzerlegebetriebe. Die dabei gewonnenen Erkenntnisse nutzen wir im Berichtszeitraum, um die Zerlegeprozesse gemeinsam mit den beauftragten Unternehmen zu optimieren und maximale Kupferausbeuten zu erzielen.

Mit dem im Abfallrecht geforderten Nachweisverfahren und zusätzlichen internen Transportbegleitscheinen gewährleisten wir eine hohe Entsorgungssicherheit und lückenlose Nachverfolgbarkeit. Darüber hinaus ließen wir die Zusammensetzung von Altkabeln im September 2010 durch die DEKRA Industrial GmbH analysieren. Die Experten stufen dabei die meisten Kabelarten als „nicht gefährliche Abfälle“ ein.

Klimatechnik und Energieeinsatz.

Großrechner produzieren viel Wärme – mit der Folge, dass etwa 40 Prozent des Energieverbrauchs in Rechenzentren auf die Kühlung entfallen. Energieeffiziente Klimatechnik bietet somit ein entsprechend großes Einsparpotenzial. Die Deutsche Telekom – insbesondere T-Systems – betreibt intensive Forschungs- und Entwicklungsarbeit, um die Infrastruktur von Rechenzentren unter ökonomischen wie ökologischen Gesichtspunkten zu optimieren.

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

▼ PASM: Klimatechnik- und Energiekompetenz aus einer Hand.

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

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

Pilotprojekt im Rahmen der Initiative „Heat Power Business“.

Gemeinsam mit dem Group Facility Management der Telekom initiierte die PASM im Jahr 2010 das Innovationsprojekt „Heat Power Business“. Dabei wurden zehn Mini-Blockheizkraftwerke mit Kapazitäten zwischen 4,5 und 50 kW errichtet und im Dezember 2010 an Netzknotenpunkten, die von verschiedenen Parteien genutzt werden, in Betrieb genommen. Neben der Eigenerzeugung von Strom wird die Abwärme zur Gebäudeheizung verwendet. Der Gesamtnutzungsgrad der eingesetzten Primärenergie liegt daher über 90 Prozent. Die Wirtschaftlichkeit der Investitionen war zuvor in einer Machbarkeitsstudie nachgewiesen worden.

Pilotprojekt zur autarken Energieversorgung für Mobilfunkanlagen.

Seit 2009 beteiligt sich die PASM am „Nationalen Innovationsprogramm Wasserstoff und Brennstoffzellentechnologie“ der Bundesregierung. In diesem Rahmen plant die PASM unter anderem die Errichtung einer energieautarken Mobilfunkbasisstation auf dem Gelände der Hannover-Messe. Hier wird zum ersten Mal in Deutschland eine Basisstation zu 100 Prozent mit regenerativen Energien versorgt. Der von einer Photovoltaik- und einer Windkraftanlage erzeugte Strom wird direkt zum Betrieb der Anlagen verwendet. Überschüssiger Strom wird in einer Großbatterie gepuffert und in Zeiten mit wenig Wind und Sonne von der Batterie ins System geleitet oder über eine Brennstoffzelle in Strom zurückverwandelt.

Kooperation von PASM und China Telecom.

Zur Optimierung der Energieeffizienz betreibt die PASM auch internationale Projekte: So kooperiert sie beispielsweise mit China Telecom im Bereich der Kälte- und Energieversorgung zentrale Bürogebäude und Rechenzentren. Im Oktober 2010 veranstaltete sie mit den chinesischen Energie- und Klimafachleuten einen Workshop zum gegenseitigen Erfahrungsaustausch. Dabei wurden Themen wie Frischluftkühlung, Hochspannungs-Gleichstromübertragung, Kühlung von Rechenzentren sowie Betriebstemperaturen und deren Einfluss auf die Lebensdauer und die Ausfallhäufigkeit diskutiert.

▼ Kooperation zwischen Telekom und STRABAG.

Energieeffizienz bedeutet Klimaschutz. Effizienzverbesserungen bei ihren rund 8 000 Netzknoten und Rechenzentren in Deutschland erreicht die PASM mithilfe von Effizienzkenwerten. Hierzu beauftragt die PASM die Property and Facility Services (PFS) des Baukonzerns STRABAG in ihrem TOP-100-Programm mit Vor-Ort-Analysen ihrer Produktionsanlagen. In dem Programm werden jedes Jahr die 100 energetisch ineffizientesten Gebäude unseres Bestands ermittelt und geprüft. Die Fachingenieure der STRABAG PFS analysieren hierzu Energieeffizienzpotenziale und entwickeln Lösungen, wie diese am besten genutzt werden können. Durch Austausch ineffizienter Ventilatoren, Einbau innovativer Regler oder die Anpassung der Anlagen an den jeweiligen Bedarf konnte die PASM die Energieeffizienz in den letzten Jahren deutlich erhöhen. Die zu ihrer Messung genutzte PUE-Kennzahl konnte für das Festnetz der Telekom Deutschland (ohne Rechenzentren) von über 1,75 im Jahr 2005 auf 1,53 im Jahr 2009 verbessert werden.

☑ Klimatechnikinnovationen der Landesgesellschaften.

Innovative Klimatechnik für Rechenzentren bietet besonders in wärmeren Ländern großes Potenzial. Dies ist ein Grund dafür, dass mehrere südeuropäische Landesgesellschaften eigene Entwicklungsprojekte zur Verbesserung der Energieeffizienz, insbesondere ihrer Mobilfunk-Basisstationen, betreiben.

Cosmote Greece: Installation neuer Klimaanlagen in Basisstationen.

Um den Energieverbrauch zu reduzieren, setzte Cosmote Greece die begonnene Installation von Klimaanlagen mit freier Luftkühlung im Jahr 2010 fort. Sie nutzt hierfür die Differenz der Innen- und Außentemperatur an Indoor-Basisstationen. Mit der Einrichtung von 47 zusätzlichen, freien Kühlungssystemen stieg deren Gesamtzahl im Jahr 2010 auf 1 448.

T-Hrvatski Telekom: Energieeffizienz durch freie Luftkühlung.

Auch die kroatische Landesgesellschaft setzt bei der Modernisierung ihrer Klimaanlagen energiesparende Technologien mit freier Luftkühlung ein.

T-Systems Mexico: Projekt zur Optimierung eines Rechenzentrums.

T-Systems Mexico startete ein Projekt zur Verbesserung der Energieeffizienz seines größten Rechenzentrums „Puebla I“ und seiner Büros.

Seit Anfang 2010 werden verschiedene Projekte zur Steigerung der Energieeffizienz durchgeführt, wie zum Beispiel die Erneuerung von Servern. Alle Energieverbraucher in den dazugehörigen Gebäuden wurden überprüft und die Verbrauchswerte sukzessive optimiert. 2010 konnten die Stromkosten um rund 73 000 Euro gesenkt werden.

Im Fokus der 2011 eingeleiteten Maßnahmen steht die Erneuerung der Präzisionsklimaanlage. Bisher wurden rund 70 Prozent des gesamten Energiebedarfs für die Kühlung benötigt. Durch den Einbau neuer Anlagen kann dieser Wert im Rechenzentrum Puebla I um 5 Prozent verringert werden.

T-Systems UK: Neues Luftkühlsystem.

Im November 2010 wurden in zwei Druckzentren von T-Systems UK – in Bristol und Bromborough – dieselbetriebene Klimaanlagen durch umweltfreundlichere und energieeffizientere Luftkühlssysteme ersetzt. Derzeit wird analysiert, wodurch bei einem der Standorte eine Abweichung zwischen dem vorhergesagten und dem tatsächlichen Verbrauch verursacht wird. In Abhängigkeit von den Analyseergebnissen wird anschließend geprüft, ob die neue Technik auch an weiteren Standorten installiert werden kann.

☑ Smart Grids: Intelligente Stromnetze dank moderner ICT.

Die Europäische Union hat das Ziel „20-20-20“ ausgegeben: Im Jahr 2020 sollen 20 Prozent weniger Treibhausgase als 1990 ausgestoßen werden. Zugleich soll der Primärenergieverbrauch um 20 Prozent sinken. 20 Prozent der Energie soll aus erneuerbaren Quellen gewonnen werden.

Der Einsatz von Wind- und Solarenergie stellt die Energieversorger vor große Herausforderungen: Die Wechselhaftigkeit von Wind und Sonne beeinflusst die Stromproduktion. Die Spannung im Netz muss jedoch stabil bleiben.

Immer mehr private Haushalte produzieren selbst Strom, beispielsweise über kleine Blockheizkraftwerke oder Photovoltaikanlagen. Um in diesem dezentralen Verteilnetz technisch und wirtschaftlich den Überblick zu behalten, muss die Energie mithilfe moderner ICT intelligent gemanagt werden. Es bedarf also eines „intelligenten“ Stromnetzes (Smart Grid).

Smart Grids helfen den Netzbetreibern, Angebot und Nachfrage aufeinander abzustimmen und die Spannung im Netz stabil zu halten. In diesen „intelligenten“ Netzen bilden die Verbraucher gemeinsam sozusagen virtuelle Kraftwerke, die je nach Bedarf kurzfristig herauf- oder herunterreguliert werden können.

Damit ein Smart Grid funktioniert, sind Millionen von Daten in Echtzeit notwendig, die darüber Aufschluss geben, wann und wo wieviel Strom gebraucht und produziert wird. Diese sollen über das sogenannte Smart Meter bereitgestellt werden. Bereits seit 2008 bieten wir in einem Pilotprojekt in der T-City gemeinsam mit den Stadtwerken Friedrichshafen einen Smart-Metering-Service an, den wir kontinuierlich ausbauen. In diesem Zusammenhang werden auch erste Smart-Grid-Lösungen erprobt.

☑ DESI: Meilensteine auf dem Weg zu Smart Grids.

Lösungen für die Realisierung von Smart Grids – intelligenten Stromnetzen – zu entwickeln, gehört seit einigen Jahren zu den großen Technologievisionen. Im Projekt „DESI - Durchgängige energiesensible ICT“ arbeitet die PASM mit den Deutsche Telekom Laboratories (T-Labs) an einem entsprechenden übergreifenden Lösungsansatz. Das Projekt wurde von den T- Laboratories und Telekom Deutschland initiiert und ist für den Zeitraum von 2011 bis 2013 angesetzt.

Konkret richtet sich der Lösungsansatz DESI auf drei Kernbereiche:

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

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

☑ LOLA: Lastadaptive ICT-Netze.

Lastanpassungsfähige Netze zeichnen sich dadurch aus, dass sie nur bei Bedarf aktiviert werden. Diese ermöglichen eine bessere Steuerung der knappen Ressource Netzkapazität. Im Rahmen des LOLA-Projekts wird untersucht, wie durch lernfähige Steuerungen Energie im Netz und bei den Endgeräten eingespart werden kann. Schwerpunkte des Projekts sind zunächst Kundennetze und das Zugangsnetz. Längerfristig ist eine intelligente übergreifende Steuerung über die komplette Netzarchitektur angestrebt. Erste Modellanalysen und Labormessungen lassen ein Gesamtpotenzial von rund 30 Prozent Energie- und CO₂-Einsparungen erwarten. Ziel ist auch, die internationale Standardisierung voranzutreiben. Das Projekt hat eine Laufzeit von Oktober 2010 bis Dezember 2012.

☑ Einsatz erneuerbarer Energien bei ICT-Anlagen.

Die Telekom ist bestrebt, den Anteil von Strom aus regenerativen Energiequellen an der Energieversorgung zu erhöhen. Hierzu werden beispielsweise in Pilotprojekten Mobilfunk-Basisstationen mit eigenen Anlagen zur Versorgung mit erneuerbaren Energien ausgestattet.

Crnogorski Telekom: Pilotprojekte zu nachhaltigen Basisstationen.

Im Rahmen einer breiten Unternehmensinitiative zu den Themen Umweltschutz und globale Erwärmung betreibt Crnogorski Telekom zwei Basisstationen mit einer autarken Stromversorgung aus Wind- und Solarenergie.

OTE: Versorgung mit Wind- und Sonnenenergie.

In verschiedenen entlegenen Gebieten Griechenlands betreibt OTE insgesamt 180 kleine Photovoltaikanlagen zur Versorgung von Leistungssendemasten. Zum Betrieb des drahtlosen Breitbandnetzes am Berg Athos werden neben der Solarenergie außerdem Windenergieanlagen eingesetzt.

Um die Nutzung erneuerbarer Energien voranzutreiben, wurde von OTEestate, verantwortlich für die Verwaltung und Bewirtschaftung der Liegenschaften des Unternehmens, für 2011 Budget zur Entwicklung von Windenergie- und Photovoltaikprojekten reserviert.

Versorgungssicherheit durch Brennstoffzellentechnologie.

Ergänzend zu erneuerbaren Energien bietet die CO₂-arme Erzeugung und Zwischenspeicherung von Energie in Brennstoffzellen viele Möglichkeiten für eine klimaschonende Energiezukunft. Die Brennstoffzellentechnologie schafft außerdem die Voraussetzung, auch weit vom Stromnetz entfernte Funkstationen klimafreundlich und wirtschaftlich zu betreiben. Die Telekom unterstützt daher aktiv die Weiterentwicklung dieser Technologie auf dem Weg zur Marktreife.

Wind-betriebene Repeater an der Küste.

T-Hrvatski Telekom hat sich mit einem Spezialisten für erneuerbare Energien zusammengetan, um autarke Basisstationen entlang der Adriaküste durch Wind- und Solarturbinen mit Energie zu versorgen. Die kroatische Landesgesellschaft will so zur Verwendung alternativer Energien ermutigen. T-Hrvatski Telekom führt laufend Studien durch, um die Kosteneffizienz alternativer Energieversorgungen für Basisstationen zu belegen.

☑ Einsatz von Brennstoffzellen bei ICT-Anlagen.

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

Entwicklung neuer Notstromsysteme.

Wasserstoff-Brennstoffzellen bieten neben der Energiegewinnung durch Oxidation von Wasserstoff auch die Möglichkeit, den Prozess umzukehren und mithilfe von Elektrizität Wasserstoff zu erzeugen. Die Zellen eignen sich damit zum Beispiel auch für die Notstromversorgung von Rechenzentren und Basisstationen. Um das Potenzial dieser Technik voll auszuschöpfen, initiierte die Telekom Deutschland das Projekt „Best Backup“ zur Erprobung von Lithium-Ionen-Batterien und Wasserstoff-Brennstoffzellen in Systemen zur Notstromversorgung im ICT-Netz. Ziel ist, ein in sich geschlossenes, innovatives Notstromkonzept auf Wasserstoffbasis zu entwickeln und zu erproben. Im Fokus steht dabei die Erzeugung und Speicherung des Wasserstoffs vor Ort. Die Erzeugung kann mit Überschussstrom aus dem Netz der Energieversorger erfolgen. Bei Bedarf kann die im Wasserstoff gebundene Energie anschließend über eine Brennstoffzelle wieder zu Energie zurückverwandelt werden. Ergänzend wird die Speicherung von Energie in Lithium-Ionen-Batterien erprobt. Ein wichtiger Anwendungsbereich ist die Backup-Versorgung in den Multifunktionsgehäusen der neuen Glasfasernetze.

Für Backup-Systeme in Netzknoten testet die Konzerngesellschaft PASM derzeit ein System mit Polymerelektrolyt(PEM)-Brennstoffzellen. Diese sollen die bisher eingesetzten Bleibatterien ersetzen und den Übertragungsnetzbetreibern außerdem als Speicher für das Spitzenlastmanagement dienen. Im Rahmen des Nationalen Innovationsprogramms erhielt die PASM für den Projektzeitraum von 2009 bis 2012 den Zuschlag für die Errichtung von jährlich drei integrierten Brennstoffzellensystemen. Diese setzt sie als Backup-Systeme zur Notversorgung für das Festnetz ein.

Intelligentes Management von Kommunikations- und Energieversorgungsnetzen.

Zusätzlich verknüpft die PASM das jeweilige integrierte Brennstoffzellensystem über den Stromzähler mit dem des Netzbetreibers. Auf Basis der von diesem gelieferten Daten kann sie die Stromspitzen des Objekts in der Hochlastzeit reduzieren und sich damit die wirtschaftlichen Vorteile eines intelligenten Lastmanagements sichern. Um außerdem die Bereitstellung von Minutenreserveleistung für die Übertragungsnetzbetreiber zu testen und weiterzuentwickeln, werden die Brennstoffzellensysteme in ein virtuelles Regelkraftwerk der Fachhochschule Bingen eingebunden. Diese schnell zur Verfügung stehende Regelenergie wird immer wichtiger, um durch Wind- und Sonnenenergie bedingte Leistungsschwankungen in den Energieversorgungsnetzen auszugleichen.

Umweltfreundliche Rechenzentren.

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

▼ DataCenter 2020: Testfeld für energieeffiziente Green IT.

Im Rahmen der Kooperation mit Intel eröffnete T-System im September 2009 das [DataCenter 2020](#) im Münchener Euro-Industriepark. Erprobt werden dort Lösungen, um Rechenzentren auch zugunsten von Umwelt und Klima mit höchster Effizienz und Wirtschaftlichkeit zu betreiben. Die Technologiepartner wollen auf diesem Weg zukunftsweisende Geschäftsmodelle entwickeln und für Anwender und Kunden kostensparende neue ICT-Lösungen erforschen.

Das „DataCenter 2020“ gelangte beim „GreenIT Best Practice Award 2010“ als eines von fünf Projekten unter die Finalisten und konnte sich so von mehr als 200 Teilnehmern deutlich abheben.

Energieeffizienz: Überraschende Testergebnisse.

Ein Teilziel der Projektpartner ist die Erreichung eines PUE-Werts von 1,3.

Der PUE (Power Usage Effectiveness)-Wert ist die zentrale Kennzahl für die Energieeffizienz von Rechenzentren. Er stellt die gesamte für den Betrieb eines Rechenzentrums verbrauchte Energie der Energieaufnahme der Rechner gegenüber.

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

Im Modellrechenzentrum DataCenter 2020 konnten bereits PUE-Werte von 1,49 und 1,41 erzielt werden.

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

▼ Austausch und Dialog rund um das DataCenter 2020.

Forschung und Entwicklung im Bereich Green IT sind stark praxisorientiert. Umso wichtiger ist es, für einen Austausch zwischen Entscheidern in den Unternehmen und externen ICT-Experten zu sorgen. Wir wollen die Bereitschaft für geeignete Energie- und Kostenoptimierungen wecken und suchen deshalb das direkte Gespräch.

DataCenter 2020 – Erfolge auf der CeBIT präsentiert.

Am 3. März 2010 veranstaltete das Umweltbundesamt im Rahmen der CeBIT eine Green-IT-Konferenz. T-Systems präsentierte im Rahmen der Konferenz erste Ergebnisse seines Green-IT-Labors [DataCenter 2020](#). Schwerpunkte bildeten die Themen Luftführung, Wassertemperatur und Hardware-Auslastung.

Führungskräfteforum in der sächsischen Landesvertretung in Berlin.

T-Systems nahm im Oktober 2010 an einem Führungskräfteforum teil, das von der Zeitung Behördenspiegel gemeinsam mit Oracle veranstaltet wurde. Ein Vertreter von T-Systems nutzte die Gelegenheit, vor über 100 Teilnehmern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik die Ergebnisse aus dem DataCenter 2020 zu präsentieren. Dabei wies er darauf hin, dass bereits mit Standardtechniken erhebliche Einsparungen erzielt werden können.

Großes Interesse unserer Kunden am DataCenter 2020.

Von Oktober 2009 bis zum Jahresende 2010 haben rund 150 Kunden und internationale Vertriebskollegen von T-Systems das Testlabor besucht und dabei Einblicke in ICT-Lösungen von morgen gewonnen.

▼ Erfolge im Projekt Green Data Center.

T-Systems International und die PASM erproben im laufenden Betrieb Lösungen zur Effizienzsteigerung ihrer Rechner. An dem von beiden gemeinsam mit STRABAG Property and Facility Services betriebenen

Projekt „Green Data Center“ beteiligten sich zwischen 2008 und 2009 14 Rechenzentren von T-Systems. Dort wurden Leckagen an den Druckböden, Doppelböden zur Belüftung von unten, abgedichtet. Zudem wurden neue Frequenzumformer eingebaut und die umgewälzten Luftmengen verringert. Um die Rechnerräume auch ohne Kompressor durch freie Kühlung temperieren zu können, wurden die Sollwerte für die Kühlwasser- und Lufttemperatur angehoben. Außerdem wurde der Stromverbrauch durch indirekte freie Kühlung reduziert. Durch die Maßnahmen konnte der Energieverbrauch in der Größenordnung von 10 GWh pro Jahr reduziert werden.

Energieoptimierung von Rechenzentren in Landesgesellschaften.

Auch die internationalen Landesgesellschaften arbeiten – teils in Kooperation mit anderen ICT-Unternehmen – an der Optimierung ihrer Rechenzentren.

Slovak Telekom: New Data Center.

Im September 2009 startete Slovak Telekom eine Kooperation mit IBM. Ziel des gemeinsamen „New Data Center“-Projekts ist es, Privat- und Geschäftskunden energieoptimierte Technologien für Rechenzentren anzubieten. Im August 2010 wurde im Rahmen des Projekts der Grundstein für ein neues energieeffizientes Rechenzentrum gesetzt. Seine Fertigstellung ist für Juni 2011 geplant.

T-Mobile USA: Polaris Data Center.

Zur Minimierung der Umweltauswirkungen und zur Kostensenkung leitete T-Mobile USA 2009 ein Modellprojekt an einem ihrer Rechenzentren ein. Im Fokus standen eine quantitative Darstellung der Umweltauswirkungen und eine vollständige Energieversorgung aus erneuerbaren Quellen. 98 Prozent der Energieversorgung wurden aus Wasserkraft und weitere 2 Prozent aus Windkraft sichergestellt. Im Zeitraum zwischen April 2009 und April 2010 gelang es im Rahmen des Projekts gegenüber dem Vorjahreszeitraum 1,4 Millionen US-Dollar einzusparen. Zugleich wurden die CO₂-Emissionen des Rechenzentrums um jährlich 3 011 Tonnen reduziert.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Umweltmanagement

Umweltmanagement.

Bereits seit 1998 arbeitet die Telekom mit einem Umweltmanagementsystem, das den internationalen Standard ISO 14001 erfüllt. Unter einem Dachzertifikat, das der Konzern im Jahr 2009 erhielt, sind mittlerweile über 20 Konzerngesellschaften zertifiziert.

Wir verfolgen das Ziel, ein konzernweit einheitliches Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem (Health, Safety and Environment, HSE) aufzubauen, um die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt und unsere Beschäftigten zu kontrollieren und zu minimieren. Ein systematisches und einheitliches HSE-Management ist die wesentliche Basis für die erfolgreiche Umsetzung unserer CR-Strategie. Im Berichtszeitraum haben wir den Grundstein für ein konzernweites HSE-Managementsystem und damit für die Verankerung von Ressourceneffizienz in allen Unternehmensprozessen und im Verhalten unserer Mitarbeiter gelegt.

☑ Zentrales Umweltmanagementsystem nach ISO 14001.

22 Gesellschaften weltweit zertifiziert.

Auf dem Weg zu einem einheitlichen HSE-Management wurde 2009 ein zentrales Umweltmanagementsystem für den Telekom Konzern umgesetzt. Dieses entspricht dem ISO Standard 14001. Wesentliche Bestandteile des Umweltmanagementsystems sind dabei eine einheitliche Umweltpolitik, ein konzernweit gültiges Handbuch und Verfahrensanweisungen, ein zentrales Dokumentenmanagement und konzernweite Prozessvorgaben.

Folgende 15 Konzerngesellschaften wurden im Juni 2009 unter dem zentralen Dachzertifikat nach ISO 14001 zertifiziert:

- Festnetz-Sparte: Deutschland, Griechenland, Slowakei, Ungarn, Kroatien
- Mobilfunksparte: Polen, Deutschland, Österreich, Kroatien, Großbritannien, EJR Mazedonien
- T-Systems: Deutschland, Tschechien, Spanien, Ungarn

Sieben weitere Landesgesellschaften zertifiziert.

Im Berichtszeitraum wurde das ISO 14001 Dachzertifikat auf sieben weitere Gesellschaften ausgeweitet:

- **DeTeFleetServices:** Die Zertifizierung unseres Mobilitätsdienstleisters erfolgte im September 2010. Neben der Prüfung nach ISO 14001 wurde DeTeFleetServices zudem nach der Qualitätsmanagementnorm ISO 9001 zertifiziert.
- **PASM** (Power and Air Solutions) wurde im dritten Quartal 2010 erfolgreich nach ISO 14001 zertifiziert.
- **T-Hrvatski Telekom:** Im Juni 2010 wurde T-Hrvatski Telekom als erstes und bisher einziges Unternehmen in Kroatien nach ISO 14001 zertifiziert. Zur Vorbereitung der Zertifizierung verabschiedete der Vorstand im März 2010 eine neue konzernweite Umweltpolitik. Zudem fanden zahlreiche Mitarbeiterschulungen statt.
- **T-Systems Austria:** Im Jahr 2010 setzte T-Systems Austria ein Umweltmanagementsystem auf, das bereits im November erfolgreich nach ISO 14001 und dem Standard für Arbeitsschutzmanagement OHSAS 18001 zertifiziert wurde.
- **T-Mobile Czech Republic:** Am 19. November 2010 erhielt T-Mobile Czech Republic die Zertifizierung nach ISO 14001. Zur internen Sensibilisierung für Umweltthemen wurden für jeden einzelnen Mitarbeiter obligatorische Online-Schulungen durchgeführt.
- **T-Mobile Netherlands:** Am 1. März 2011 wurde T-Mobile als erster Netzbetreiber in den Niederlanden nach ISO 14001 zertifiziert. Darüber hinaus führte T-Mobile Netherlands Richtlinien für ein umweltfreundliches Verhalten der Mitarbeiter ein. In einem internen Ideenwettbewerb zum Umweltmanagement konnten zudem alle Mitarbeiter im Unternehmen ihre Anregungen einbringen.
- **OTE:** Seit 2010 ist auch die griechische Landesgesellschaft OTE durch das Dachzertifikat der Telekom Gruppe abgedeckt. Zertifiziert wurden die bestehenden Umweltmanagementsysteme des Unternehmens. Derzeit wird die Einführung eines unternehmensweit einheitlichen Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 geprüft.

Damit verfügen rund 60 Prozent der konzernweiten Standorte über ein zertifiziertes Umweltmanagementsystem.

Cosmote: Stärkung des strategischen Umweltmanagements.

Im Berichtszeitraum trieb Cosmote Greece die Etablierung eines einheitlichen Umweltmanagementsystems innerhalb der Cosmote-Gruppe voran. Dazu führte die griechische Landesgesellschaft einen Umwelt-Workshop mit Vertretern von Cosmote Romania, Globul und AMC durch. Neben einem Überblick über globale Umwelttrends diskutierten die Teilnehmer insbesondere die gruppenweite Umweltstrategie und den aktuellen Stand der Einführung eines einheitlichen Umweltmanagementsystems.

T-Systems Iberia: Ausweitung des Umweltmanagementsystems.

Im Berichtszeitraum wurde das Umweltmanagement an den T-Systems-Standorten in Barcelona und Madrid nach ISO 14001 zertifiziert. Zugleich weitete die spanische Landesgesellschaft ihr Umweltmanagementsystem auf drei weitere Standorte in Barajas, Valencia und Leon aus. Weitere Standorte sollen im Laufe des Jahres 2011 folgen.

☑ Konzernweites HSE-Managementsystem im Aufbau.

Erster Meilenstein: Alle Datencenter in Deutschland nach OHSAS 18001 zertifiziert.

Im Jahr 2010 haben wir begonnen, ein umfassendes HSE-Managementsystem auf-zubauen, das auf mehreren internationalen Standards basiert: auf OHSAS 18001 für Arbeits- und Gesundheitsschutz, ISO 14001 für Umweltmanagement und ISO 9001 für Qualitätsmanagement.

Im Oktober 2010 fand dazu die erste „International Health & Safety Environmental System Start Up Conference“ statt. Mitarbeiter aus 14 Ländern informierten sich in Wien über Themen rund um die konzernweite Implementierung eines einheitlichen HSE-Managementsystems und tauschten sich über erste Erfahrungen bei der Einführung des Systems aus.

Neben T-Systems in Österreich, Mexiko, Großbritannien und der Slowakei wurden 2010 alle Datencenter der Telekom in Deutschland nach OHSAS 18001 zertifiziert. Das Ziel für 2011 ist die Zertifizierung der Konzernzentrale in Bonn sowie weiterer Landesgesellschaften.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Umweltmanagement > Ressourceneffizienz

Ressourceneffizienz.

Die Telekom will die negativen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so gering wie möglich halten. Konzernweit setzen sich deshalb alle Gesellschaften für einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen ein.

Über unsere eigene Geschäftstätigkeit hinaus sehen wir uns auch in der Verantwortung für die gesamte Wertschöpfungskette. So verpflichten wir auf der einen Seite unsere Lieferanten im Rahmen des [Statement on Extractives](#) dazu, so ressourcenschonend wie möglich zu agieren. Auf der anderen Seite fordern wir unsere Kunden beispielsweise über [Handyrücknahmeprogramme](#) auf, einen persönlichen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen zu leisten.

Umwelt-Check für mehr Nachhaltigkeit bei T-Systems Austria.

Im Januar 2010 ließ T-Systems Austria im Rahmen eines Umwelt-Checks sowohl Betriebsabläufe als auch den Energieverbrauch von anerkannten Experten auf Einsparpotenziale analysieren. Unter anderem wurden Daten zum Energie- und Wasserverbrauch, zur Abfallwirtschaft und zur Mobilität erhoben. „ÖkoBusiness – Der Check“ ist Bestandteil des „[ÖkoBusinessPlan Wien](#)“, dem Umweltförderungsprogramm der Stadt Wien. Auf Basis der Ergebnisse konnten im Berichtszeitraum erste Maßnahmen zur Realisierung der Verbesserungspotenziale umgesetzt werden:

- **Recyclingprogramm:** T-Mobile und T-Systems Austria lassen seit Februar 2011 rund 45 000 Kaffeepads, die jeden Monat an ihrem gemeinsamen Standort, dem T-Center in Wien, konsumiert werden, recyceln. Dadurch werden die Mülltrennung im T-Center verbessert und das Abfallaufkommen reduziert.
- **Umweltverträgliche Meetings:** T-Systems Austria richtet sich bei der Durchführung von Veranstaltungen nach dem österreichischen Standard „[Green Meetings](#)“ des österreichischen Umweltministeriums. Im Februar 2011 wurde eine erste große Mitarbeiterveranstaltung mit 300 Teilnehmern mit dem „Umweltzeichen für Green Meetings“ zertifiziert.
- **Interne Bewusstseinsbildung:** Um die Mitarbeiter für den Umweltschutz zu sensibilisieren, führte T-Systems Austria im Berichtszeitraum Aufklärungskampagnen durch. Der erste „[Green Day](#)“, den das Unternehmen im März 2010 gemeinsam mit T-Mobile Austria in der Konzernzentrale in Wien durchführte, war Auftakt für eine Reihe von internen Maßnahmen. Unter dem Motto „Go for Action“ wurden unter anderem ein Fahrradreparaturservice für Mitarbeiter angeboten und eine Car-Sharing-Börse im Intranet aufgebaut. T-Systems Austria führte ein neues Drucksystem ein, durch das rund 40 000 Seiten pro Monat eingespart werden. Darüber hinaus wurde die Klimaanlage bedarfsgerecht und energiesparend ausgerichtet sowie die elektrische Beleuchtung optimiert.

Recycling: Konzernweit hoher Stellenwert.

Die [Recyclingquote](#) aller Konzerneinheiten in Deutschland liegt seit dem Jahr 2006 nahezu bei 100 Prozent. Auch in den Landesgesellschaften wird das Thema Recycling groß geschrieben und kontinuierlich vorangetrieben, wie die folgenden Beispiele aus dem Berichtszeitraum zeigen:

- **T-Mobile USA** führte im dritten Quartal 2010 unter dem Motto „Best Place to Perform“ ein ganzheitliches Recyclingprogramm ein, um das Abfallaufkommen bis zu 30 Prozent zu reduzieren. Begleitend wurde im Intranet eine Seite eingerichtet, auf der über die Umweltaktivitäten von T-Mobile USA berichtet wird. Über die E-Mail-Adresse green@t-mobile.com können Mitarbeiter zudem Fragen, Ideen, Kommentare und Best-Practice-Beispiele rund um das Thema Umwelt einsenden.
- **Cosmote Romania** betreibt mit dem Programm „Green Office“ aktive Ressourcenschonung und Recycling: 2010 konnten 4 Tonnen Papier und 1,2 Tonnen Plastik der Wiederverwertung zugeführt werden. Die Landesgesellschaft bindet ihre Mitarbeiter aktiv in das Programm ein und sensibilisiert sie für ein ressourcenschonendes Verhalten am Arbeitsplatz. Für das Programm wurde die rumänische Landesgesellschaft bereits mehrfach ausgezeichnet.

Auszeichnung: Deutschlands umweltfreundlichstes Büro.

Über 900 umweltfreundliche Büroartikel im internen Bestellsystem.

Die Telekom Deutschland wurde beim bundesweiten Wettbewerb „Büro und Umwelt“ 2010 mit dem Preis für das umweltfreundlichste Büro ausgezeichnet. Dieser Wettbewerb wird seit 2008 jährlich vom [Bundesdeutschen Arbeitskreis für Umweltbewusstes Management \(B.A.U.M.\) e.V.](#) ausgeschrieben. In der Kategorie für Unternehmen mit mehr als 500 Mitarbeitern verbesserten wir uns vom dritten Rang im Jahr

2009 auf den ersten Platz. Der Fokus der Jury lag dabei auf dem ressourcenschonenden Verhalten der Mitarbeiter im Büroalltag, einer umweltfreundlichen Büroartikelbeschaffung und einer ökologischen Arbeitsplatzausstattung. Die Deutsche Telekom konnte vor allem mit folgenden Maßnahmen überzeugen:

- **Bestellsystem fördert die Nutzung umweltfreundlicher Büroartikel:** Das interne Bestellsystem eBest bietet eine Auswahl von über 900 umweltfreundlichen Artikeln, beispielsweise Recyclingpapier oder Ablagemappen und Schreibutensilien aus Recyclingmaterial. Diese Artikel können von jedem Mitarbeiter in Deutschland über die Eingabe des Stichworts „umweltfreundlich“ in die Suchmaske abgerufen und anschließend geordnet werden. Um die Nutzung umweltfreundlicher Büromaterialien zu erhöhen, bietet die Telekom Deutschland Online-Schulungen für ihre Sekretariate und Besteller der Servicegesellschaften an.
- **Test von Thin Clients:** Thin Clients sind eine ressourcen- und energieeffiziente Alternative zu Standard-Büroarbeitsplätzen. Sie sehen aus wie Desktop PCs, aber ihnen fehlen Festplatten, CD-Laufwerke und Lüfter. Auf dem Endgerät läuft nur eine Software, über die eine Ein- und Ausgabe von Daten möglich ist. Die Datenverarbeitung wird auf einen zentralen Server verlagert. Das reduziert den CO₂-Fußabdruck der Geräte in der gesamten Wertschöpfungskette: Von der Herstellung bis zur Entsorgung werden rund 50 Prozent weniger CO₂-Emissionen verursacht als bei herkömmlichen PCs. Daneben haben die Endgeräte eine längere Lebensdauer und sind weniger wartungsintensiv. Die Abteilung IT Deutschland führte in einigen Bereichen pilotweise die Thin Clients ein und bündelt diese Aktivitäten unter dem Programm „Virtual Desktop Services“. Pilotprojekte dazu laufen in CallCentern und in der T-Shop Gesellschaft.
- **Verstärkter Einsatz von Recyclingpapier:** Die Nutzung von Papier, das nicht aus Frischfasern, sondern aus Altpapier hergestellt wurde, schont die Umwelt spürbar. Allein beim Wasser- und Energieverbrauch liegen die Einsparungen von Recyclingpapier gegenüber Frischfaserpapier bei rund 60 Prozent. Ende 2010 wurde an unseren Standorten in Deutschland bereits 30 Prozent recyceltes Papier genutzt. Als Mitglied der Initiative „Pro Recyclingpapier“ wollen wir diesen Anteil stetig erhöhen. Im Jahr 2011 planen wir deshalb, den Einkauf von Frischfaserpapier über das interne Bestellsystem eBest weiter zu erschweren.
- **Ressourcensparen durch moderne Drucker:** Insgesamt konnten 2010 an den Standorten der Telekom in Deutschland 700 Tonnen Papier eingespart werden. Erreicht wurde dies unter anderem durch den Ersatz von Arbeitsplatzdruckern durch zentrale energieeffiziente Multifunktionsdrucker an 100 Standorten in Deutschland und Fortschritte auf dem Weg zum „papierlosen Büro“. Diese Maßnahmen fanden im Rahmen des Projekts „Office Standardization“ statt. 1 050 umweltfreundliche Multifunktionsdrucker mit dem Blauen Engel sind derzeit im Einsatz und sorgen dafür, dass deutschlandweit über 1 Million KWh Strom im Jahr eingespart wird. Ziel ist es, insgesamt über 6 000 neue Geräte an den Konzernstandorten zu installieren.

▼ Papierlose Systeme für mehr Ressourceneffizienz.

Ausgezeichnet mit dem Sonderpreis „Papierloses Büro“.

Die Telekom setzt auf die digitale Bearbeitung von Dokumenten und spart dabei erfolgreich Ressourcen ein, wie die folgenden Beispiele demonstrieren:

- **Deutschland: Auszeichnung beim B.A.U.M.-Wettbewerb:** Die Deutsche Telekom wurde beim Wettbewerb „Büro und Umwelt“ 2010 von B.A.U.M. e.V. in der Kategorie Großunternehmen nicht nur als Deutschlands umweltfreundlichstes Büro ausgezeichnet, sondern auch in der Sonderkategorie „Papierloses Büro“ prämiert. Das Konzept der Deutschen Telekom leistet im Büroalltag einen wichtigen Beitrag für einen sparsamen Papiereinsatz: Mithilfe von „Software Managed Services“, standardisierten und softwarebasierten Arbeitsprozessen, die beispielsweise für Bestellungen, Personalbuchungen und Reisemanagement genutzt werden, vermeidet die Telekom Deutschland unnötige Papierausdrucke und ein papiergebundenes Ablagesystem.
- **Ungarn: Erste Erfolge durch neues Dokumentenmanagement:** IT Services Hungary, ein Tochterunternehmen von T-Systems International, engagiert sich für eine sparsamere Nutzung von Büropapier im Unternehmen. Seit 2009 befasst sich eine Arbeitsgruppe mit der Entwicklung von Lösungen für die Reduktion des Papierverbrauchs bei bestimmten administrativen Vorgängen im Unternehmen. Darauf aufbauend wurde 2010 für sechs Bereiche ein sogenanntes Self Service Portal zur Unterstützung von papierlosen Arbeitsabläufen, beispielsweise im Reisemanagement oder im persönlichen Personalmanagement, implementiert. Das Projekt wird Ende 2011 abgeschlossen sein. Mithilfe dieser und weiterer Initiativen hat IT Services Hungary in den letzten Jahren eine Verringerung der Nutzung von Büropapier um rund 30 Prozent pro Mitarbeiter erreicht.
- **OTE: Digitale Bearbeitung spart tonnenweise Papier** : Durch die Entwicklung und Nutzung von Online-Formularen konnte die griechische Landesgesellschaft OTE etwa 2 Millionen Anfragen elektronisch bearbeiten. Dadurch wurden rund 10 Tonnen Papier weniger verbraucht. Weitere 1,8 Tonnen Papier wurden mithilfe des Systems „PAPIROS“ eingespart, mit dem eingehende Dokumente eingescannt und digital weiterbearbeitet werden können.

- **T-Systems Singapore – Drucken nur mit PIN-Code:** Eine wirksame Maßnahme, um im Büroalltag von T-Systems Singapore weniger Papier zu verbrauchen, war die Einführung einer verpflichtenden Passwordeingabe bei Druckaufträgen. Seit August 2010 konnte T-Systems Singapore dadurch das Druckaufkommen und die Zahl der Fehldrucke stark reduzieren und die Druckkosten um geschätzte 60 Prozent senken.

Mitarbeiterbindung.

Ein wirkungsvoller Umweltschutz im Unternehmen erfordert den persönlichen Einsatz der Beschäftigten. Die Telekom legt seit Jahren großen Wert auf die Einbindung und Sensibilisierung ihrer Mitarbeiter weltweit. An unsere Beschäftigten in Deutschland wenden wir uns beispielsweise in der Mitarbeiterzeitung „you and me“, im internen Umweltschutz-Newsletter sowie im Intranet. Hierbei bieten wir ihnen regelmäßig Hinweise zu ressourcensparendem Verhalten am Arbeitsplatz und Hintergrundinformationen zu weiteren umweltrelevanten Themen.

Handyrücknahmeaktionen für Mitarbeiter.

Im Sinne der Nachhaltigkeit setzen wir uns für die Sammlung gebrauchter Mobiltelefone ein. Dabei verfolgen wir das Ziel, eine möglichst lange Weiterverwendung alter Geräte zu ermöglichen. Nach wenigen Reparaturen und der Löschung aller persönlichen Daten können solche Geräte beispielsweise dazu beitragen, dass Menschen in Asien oder Afrika kostengünstig telefonieren können. Handys enthalten wertvolle Rohstoffe, weshalb wir defekte Geräte von Recyclingpartnern wiederverwerten lassen.

Im Jahr 2010 haben wir nicht nur unsere Kunden dazu aufgerufen, alte Mobiltelefone abzugeben, sondern auch unsere Mitarbeiter in Deutschland und in den USA.

Erfolgreichste Sammelaktion der Telekom Deutschland.

Vom 18. Oktober bis 30. November 2010 veranstaltete die Telekom im Rahmen ihrer Nachhaltigkeitsoffensive eine große Handyrückgabeaktion für alle Beschäftigten in Deutschland. Diese waren aufgerufen, so viele alte Geräte wie möglich per Hauspost einzusenden. Unterstützt wurde die Aktion von oberster Stelle: René Obermann rief in einer Videobotschaft alle Mitarbeiter dazu auf, sich zu beteiligen. Mit Erfolg – insgesamt kamen mehr als 13 000 Geräte zusammen, so viele wie nie zuvor.

Aus den durch die Weiterverwendung oder das Recycling erzielten Erlösen spendet die Telekom an gemeinnützige Organisationen wie die Deutsche Umwelthilfe und Ärzte für die Dritte Welt. Darüber hinaus konnten wir einen weiteren positiven Effekt erreichen: Dank der Sensibilisierung für die Möglichkeit alte Telefone über die Hauspost abzugeben, wird dieser praktische und unbürokratische Rückgabeweg seither verstärkt genutzt.

T-Mobile USA: 400 Handys an einem Tag gesammelt.

Im Rahmen der internen Kampagne „Walking the Talk“ rief T-Mobile USA ihre Mitarbeiter auf, sich in Sachen Umweltschutz vorbildlich zu verhalten. In der Zentrale in Bellevue, Washington, fand dabei unter anderem eine Handyrücknahmekampagne statt: An einem Tag konnten 400 Geräte eingesammelt werden.

Umwelt-Aktionstage bei T-Mobile und T-Systems Austria.

Rege Mitarbeiterbeteiligung: Über 200 Vorschläge für besseren Umweltschutz.

Im Jahr 2010 veranstalteten T-Mobile und T-Systems Austria im T-Center, der gemeinsamen Zentrale in Wien, zwei sogenannte Green Days. Ziel der Aktionstage war es, die Mitarbeiter unter dem Motto „T Goes Green“ für ein klima- und umweltfreundliches Verhalten zu sensibilisieren. Sie wurden beispielsweise über Einsparpotenziale in den Bereichen Strom und Papier informiert. Neben den Mitarbeitern waren auch Experten von Greenpeace unter den mehr als 400 Besuchern.

Der erste „Green Day“ am 23. März 2010 war auch Auftakt für einen internen Ideenwettbewerb. Im Zeitraum von 24. März bis 30. April 2010 reichten die Mitarbeiter über 200 Ideen ein, die dann an einem Ideenbaum im T-Center präsentiert wurden.

Beim zweiten „Green Day“ am 7. Juni 2010 konnten sich alle Mitarbeiter einen Überblick über die Vielzahl der eingereichten Ideen und deren geplante Umsetzung verschaffen. Unmittelbar umgesetzt wurden beispielsweise Behälter zur Mülltrennung sowie Sammelstellen im Gebäude für gebrauchte Mobiltelefone. Nachhaltige Mobilität wird durch eine Mitfahrbörse und einen Fahrradreparaturservice für die Mitarbeiter gefördert.

T-Mobile Netherlands: Ideenwettbewerb „Dat kan beter“.

Im September 2010 rief T-Mobile Netherlands ihre Beschäftigten auf, sich am Ideenwettbewerb „Dat kan beter“ zu beteiligen. Die Mitarbeiter sollten Verbesserungsvorschläge im Bereich Umwelt- und Klimaschutz einreichen. Die drei besten Ideen wurden im Oktober im Rahmen eines internen Workshops bekannt gegeben. Sie werden von T-Mobile Netherlands bis Ende 2011 umgesetzt. Im Intranet können die Mitarbeiter dies kontinuierlich verfolgen.

Die Mitarbeiter trugen auch dazu bei, das Umweltmanagement der niederländischen Landesgesellschaft auszubauen und zu optimieren. Am 1. März 2011 erfolgte die Zertifizierung des Umweltmanagements von T-Mobile Netherlands nach dem internationalen Standard ISO 14001.

☑ Schulungen zum Umweltschutz bei T-Hrvatski Telekom.

Die kroatische Landesgesellschaft setzte im Berichtszeitraum auf die umfassende Schulung ihrer Mitarbeiter, um diese für ein umweltfreundliches Verhalten im Geschäftsalltag zu sensibilisieren. Rund 1 800 Mitarbeiter nahmen daran teil. 550 von ihnen besuchten Kurzseminare, die übrigen Beschäftigten wurden in Online-Schulungen über Umweltaspekte informiert. Eine neu eingerichtete E-Mail-Adresse (zastita.okolisa@t.ht.hr) dient seit 2010 zudem als zentrale Anlaufstelle für interne und externe Umweltfragen.

☑ WWF Earth Hour – Licht ausschalten für den Klimaschutz.

Wie bereits im Jahr zuvor beteiligte sich die Telekom auch 2010 an der weltweiten Aktion „Eine Stunde für den Klimaschutz“ des WWF: Jedes Jahr wird am 26. März zwischen 20:30 Uhr und 21:30 Uhr das Licht ausgeschaltet. Im Jahr 2010 beteiligten sich über 80 Länder an der „Earth Hour“.

An den Standorten der Telekom in Deutschland, so auch in der Konzernzentrale in Bonn, wurde im Rahmen der Aktion das Licht ausgeschaltet. Auch zahlreiche Landesgesellschaften setzten ein Zeichen für den weltweiten Klimaschutz und den schonenden Umgang mit Ressourcen: Beispielsweise schaltete T-Mobile Czech Republic neben der Beleuchtung der Konzernzentrale in Prag und weiterer regionaler Standorte – wo technisch möglich – ihre beleuchteten Reklameflächen aus, dimmte in allen T-Mobile Shops in Tschechien das Licht und schaltete die Unternehmenswebsite in einen energiesparenden Modus.

Mit ähnlichen Maßnahmen beteiligten sich folgende Landesgesellschaften an der „Earth Hour“ 2010:

- Cosmote Greece (Griechenland)
- Cosmote Romania (Rumänien)
- Globul (Bulgarien)
- Magyar Telekom (Ungarn)
- Makedonski Telekom (EJR Mazedonien)
- OTE (Griechenland)
- T-Hrvatski Telekom (Kroatien)
- T-Mobile Austria (Österreich)
- T-Mobile Czech Republic (Tschechien)
- T-Mobile Macedonia (EJR Mazedonien)
- Crnogorski Telekom (Montenegro)
- T-Systems Iberia (Spanien)

Kampagne von T-Mobile Czech Republic anlässlich der Earth Hour

http://www.youtube.com/v/tZi_xDm5FG8

(nur in Tschechisch verfügbar)

☑ Unterstützung des Internationalen Tags der Umwelt.

Die Telekom beteiligte sich am 5. Juni 2010 in verschiedenen Ländern am „Internationalen Tag der Umwelt“:

- In Deutschland stellten wir zu diesem Anlass unsere Online-Vermarktungsplattform Softwareload klimaneutral.
- Cosmote Greece führte zur Sensibilisierung ihrer Mitarbeiter eine interne Kampagne zu Umweltthemen durch. Unter dem Motto „Even Your Smaller Action for the Environment ... Makes the World Better“ wurde ein interaktives Umweltquiz für die Mitarbeiter der griechischen Landesgesellschaft mit Unterstützung einer Gruppe von Schauspielern veranstaltet. Begleitende Kommunikationsmaßnahmen im Intranet rundeten die Aktion ab.
- Die griechische OTE warb im Intranet bei ihren Mitarbeitern für die Teilnahme an verschiedenen Aktivitäten, die in Zusammenarbeit mit den Kulturzentren der OTE-Mitarbeiter organisiert wurden. Über 1 000 Beschäftigte konnten gemeinsam mit ihren Familien am Internationalen Tag der Umwelt an lokalen Veranstaltungen in 35 Kulturzentren des Unternehmens teilnehmen.
- In Polen wird der „Earth Day“ jedes Jahr am 22. April gefeiert. Zu diesem Anlass verfasste die Landesgesellschaft PTC eine Pressemitteilung zu den internen CR-Aktivitäten des Unternehmens.

Klimaschonende Mobilität.

Mit rund 32.000 allein in Deutschland zugelassenen PKWs und Servicefahrzeugen ist unsere Firmenflotte eine der größten Europas. Der CO₂-Ausstoß des gesamten Fuhrparks entspricht rund 60 Prozent unserer direkten Emissionen (Scope 1 nach Greenhouse Gas Protocol) in Deutschland. Der Einsatz für eine nachhaltige Mobilität leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Erreichung unserer Klimaschutzziele.

Bei der Entwicklung hin zu einem klimafreundlichen Fuhrpark verfolgt die Telekom eine Drei-Säulen-Strategie:

- **„Rightsize“:** Mit der Auswahl moderner, sparsamlinker Fahrzeuge streben wir eine ökologische Ausrichtung unserer Firmenflotte an. Bei der Auswahl von Servicefahrzeugen wählte der Mobilitätsdienstleister der Telekom, die DeTeFleetServices, schon in der Vergangenheit gezielt schadstoffarme Modelle aus. Dieser Aspekt wird nun auch im Bereich Geschäftsfahrzeuge stärker berücksichtigt. Die neue „Green Car Policy“ gibt hierfür den Weg vor.
- **„Econimize“:** Durch spezielle Fahrtrainings schulen wir unsere Firmenwagenfahrer in einer verbrauchsmindernden und damit emissionsarmen Fahrweise.
- **„Substitute“:** Durch die Erprobung von verschiedenen Mobilitätskonzepten treiben wir den Einsatz schadstoffarmer alternativer Antriebssysteme voran.

Green Car Policy für einen klimafreundlichen Fuhrpark.

Unser Ziel bis 2015: Alle Neuwagen unterschreiten den EU-Grenzwert für CO₂.

Am 1. April 2010 führte die Telekom Deutschland ihre neue Green Car Policy für Geschäftsfahrzeuge ein und überarbeitete damit ihre bisherige Fahrzeugbeschaffungsstrategie unter ökologischen Aspekten. Die Policy schreibt ein CO₂-basiertes Auswahlverfahren für die Beschaffung neuer Geschäftsfahrzeuge vor. Darunter fallen bei der Telekom Fahrzeuge mit privater Nutzungsmöglichkeit, die Beschäftigte aufgrund ihrer Stellung oder Funktion vom Unternehmen gestellt bekommen.

Ziel ist es, dadurch, und durch die Auswahl verbrauchsarmer Servicefahrzeuge, die Normemissionswerte neuer PKWs der gesamten Fahrzeugflotte bis 2015 auf durchschnittlich 110 g/km zu senken. Das entspricht einem Durchschnittsverbrauch von 4,2 Liter Diesel pro 100 Kilometer. Damit unterschreiten wir die in den Klimaschutzzielen der Europäischen Union bis 2015 angestrebten Grenzwerte für Neuwagen von 120 g/km. Bereits heute bietet DeTeFleetServices ausschließlich Fahrzeuge mit einem CO₂-Ausstoß von maximal 190 g/km an.

CO₂-basiertes Auswahlverfahren.

Um die Benutzer von Geschäftsfahrzeugen zur Auswahl verbrauchsarmer Modelle zu motivieren, wurde im Zuge der Green Car Policy ein Bonus-Malus-System eingeführt. Die Beschäftigten werden an den höheren Mobilitätskosten und an der höheren Umweltbelastung durch einen monetären Malus beteiligt, sollten sie sich für ein Fahrzeug mit hohem CO₂-Ausstoß entscheiden. Bei der Wahl eines besonders umweltfreundlichen Fahrzeugs erhält der Benutzer einen Bonus in Relation zu den eingesparten Kraftstoffkosten. Damit beteiligt die Telekom ihre Mitarbeiter aktiv an der Erreichung ihrer Klimaschutzziele.

Erste Erfolge der Green Car Policy.

Im Jahr 2010 konnte bereits eine Senkung des durchschnittlichen CO₂-Ausstoßes neuer Geschäftsfahrzeuge erreicht werden: Er sank, bezogen auf die Normangaben der Hersteller, von 155 g/km im Jahr 2009 auf 136 g/km in 2010. Für das Jahr 2011 planen wir den Wert aller neu eingesteuerten Pkw auf 124g/km zu senken. Bei den Vorstandsfahrzeugen wurden im Berichtsjahr 3 der ehemals 7 (jetzt 6) Vorstandsfahrzeuge mit einem CO₂-Ausstoß von teilweise deutlich über 230g/km gegen sparsamere Fahrzeuge mit einem CO₂-Ausstoß von unter 190g CO₂/km ausgetauscht. Derzeit haben 5 der 6 Vorstandsfahrzeuge einen CO₂ -Ausstoß von unter 190 g/km.

Telekom-Fuhrpark mit TÜV-Siegel ausgezeichnet.



Im Dezember 2010 wurde die Telekom-Flotte in Deutschland vom TÜV Rheinland analysiert und mit dem „Bluefleet“-Siegel für einen „CO₂-kontrollierten“ Fuhrpark ausgezeichnet. Durch die Verleihung des



Siegels wurde die nachhaltige Ausrichtung unseres Fuhrparkmanagements durch eine unabhängige Stelle bestätigt. Die TÜV-Untersuchung wird jährlich wiederholt und bietet somit eine gute Möglichkeit, die Wirkung unserer Green Car Policy zu überprüfen.

▼ T-Systems Iberia reduziert Fuhrpark.

T-Systems Iberia hat im Jahr 2010 10 Prozent ihrer Firmenwagen dauerhaft ausgemustert. Dadurch konnten rund 23 250 Liter Treibstoff gespart werden.

▼ Klimaschonend zum Arbeitsplatz und zu Geschäftsterminen.

Rund 21 500 Mitarbeiter nutzen das Jobticket.

Die Deutsche Telekom geht verschiedene Wege, um die Reisetätigkeit und Fahrten ihrer Mitarbeiter zum Arbeitsplatz möglichst klima- und umweltfreundlich zu gestalten:

CO₂-Neutralstellung von Bahnkilometern.

Seit Februar 2010 sind alle Bahnfahrten von Mitarbeitern der Telekom Deutschland zu Geschäftsterminen CO₂-neutral. Dies ist durch eine Vereinbarung mit der Deutschen Bahn möglich, die für die verbrauchte Energie eine entsprechende Menge Strom aus erneuerbaren Energien in ihr Netz einspeist. Strom aus erneuerbaren Energien wird im Vorfeld eingekauft und in einem hierfür eingerichteten „Energie-Pool“ verwaltet. Durch dieses Verfahren, das vom TÜV Süd geprüft und zertifiziert wird, konnten im Jahr 2010 rund 5 675 Tonnen CO₂ kompensiert werden.

Günstiger mit dem Nahverkehr zur Arbeit.

Im Jahr 2010 nutzten rund 21 500 Mitarbeiter in Deutschland ein Jobticket, eine vergünstigte Monatsfahrkarte für den Arbeitsweg. Damit blieb die Zahl der Nutzer gegenüber 2009 konstant. Ein regionales Jobticketangebot steht an allen Telekom-Standorten in Verkehrsballungsräumen zur Verfügung. Um noch mehr Mitarbeiter für die Nutzung des Jobtickets zu gewinnen, führte die Telekom im Berichtszeitraum unter anderem drei Informationsveranstaltungen in Bonn durch und informierte alle 16 000 Beschäftigten in Nordrhein-Westfalen durch eine E-Mail über die Vorteile der Monatskarte.

Verbesserte Nutzung virtueller Konferenzräume.

Um Geschäftsreisen in Zukunft möglichst zu vermeiden und die „virtuelle Mobilität“ zu fördern, startete das Telekom Group Travel Management ein neues Projekt. Es wurde im Oktober 2010 initiiert, um die Organisation von Online-Konferenzen zu vereinfachen und ihren Einsatz im Geschäftsalltag zu steigern.

Mit dem Rad zur Arbeit – oder zum nächsten Meeting.

- Für eine CO₂-neutrale Fahrt zu Meetings oder Veranstaltungen innerhalb der Stadt stehen unseren Mitarbeitern in Bonn 51 Fahrräder an allen 13 Standorten kostenlos zur Verfügung. Auch unsere Servicetechniker in Bonn, Berlin und Köln können Serviceaufträge im Innenstadtbereich bequem mit speziell für ihre Bedürfnisse ausgestatteten Fahrrädern erreichen.
- 2010 unterstützte die Telekom Deutschland erneut den Wettbewerb „Mit dem Rad zur Arbeit“ der AOK und des Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Clubs e. V. (ADFC). Rund 500 Mitarbeiter nahmen an der Aktion teil.
- In Österreich wurde im Berichtszeitraum ein Projekt aus dem Ideenwettbewerb des ersten „Green Day“ umgesetzt: T-Mobile und T-Systems Austria boten am 24. Juni 2010 einen Fahrradreparaturservice für ihre Mitarbeiter an. Über 40 Räder wurden an diesem Tag in Wien und Gmünd wieder instand gesetzt. Aufgrund der hohen Nachfrage wurde in Wien am 29. Juli 2010 ein zweiter Servicetag veranstaltet. Zudem wurde eine interne Mitfahrbörse ins Leben gerufen.

▼ T-Systems North America: Förderung von Fahrgemeinschaften.

Seinen Mitarbeitern bietet T-Systems North America verschiedene Anreize, um sie zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel und der Bildung von Fahrgemeinschaften zu motivieren. Seit 2007 erhalten beispielsweise Beschäftigte, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln zur Arbeit kommen, im Rahmen der Initiative „Transportation & Commuter Benefits“ steuerliche Begünstigungen.

Im Juli 2010 wurde am Standort in Arizona das „Trip Reduction Program“ gestartet. Der Anteil an alleinfahrenden Mitarbeitern der nordamerikanischen Landesgesellschaft, der im April 2010 noch 88 Prozent betrug, soll im Rahmen des Programms jedes Jahr um 10 Prozent gesenkt werden. Langfristig strebt T-Systems North America eine Reduktion um insgesamt 60 Prozent an, die voraussichtlich bis 2015 erreicht wird. Damit unterstützt die Landesgesellschaft eine Initiative der lokalen Regierung, die Unternehmen dazu auffordert, die Zahl der „Alleinfahrer“ unter den Mitarbeitern zu reduzieren.

▼ European Mobility Week – Einsatz für den Klimaschutz.

Zwischen dem 16. und 22. September 2010 fand die von der europäischen Kommission unterstützte „European Mobility Week“ statt. Diesen Anlass nutzten zwei Landesgesellschaften, um das Bewusstsein ihrer Mitarbeiter für umweltfreundliche Mobilität zu erhöhen:

- Slovak Telekom beteiligte sich mit einer internen Kampagne zur Verringerung des Autofahrens an der Aktion: In einem Preisausschreiben wurden die Mitarbeiter dazu aufgerufen, ein Foto von sich einzuschicken, auf dem sie auf ihrem Weg zur Arbeit mit Bus, Bahn oder Fahrrad abgebildet sind. Zusätzlich nutzt das Unternehmen eine Mitfahrbörse. An einigen Standorten installierte die slowakische Landesgesellschaft neue Fahrradständer.
- Auch T-Mobile Czech Republic rief ihre Mitarbeiter dazu auf, die Nutzung von Autos für den Arbeitsweg zu reduzieren und alternativ mit öffentlichen Verkehrsmitteln, dem Rad oder auf Inlineskates zur Arbeit zu kommen. Die Landesgesellschaft zeichnete zudem im Rahmen der „Mobility Week“ den spritsparendsten Autofahrer des Jahres 2009 im Unternehmen aus. Alle Beschäftigten wurden darüber hinaus eingeladen, ein Öko-Fahrtraining zu absolvieren.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Klimaschonende Mobilität > Fahrtraining

Fahrtraining.

Der Erfolg einer [Klimaschonenden Mobilitätsstrategie](#) hängt wesentlich vom Verhalten jedes Mitarbeiters ab. Deshalb führen wir bereits seit 2009 mit Fahrern unserer [Geschäfts- und Dienstwagen](#) Trainings für eine ökologische Fahrweise durch.

☑ Öko-Drive-Programm als Teil der Servicequalifizierung.

2010 wurde das Öko-Drive-Programm, ein kombiniertes Fahr- und Sicherheitstraining, als fester Bestandteil des Seminarangebots zur Qualifizierung unserer Service-Mitarbeiter in Deutschland eingeführt.

- Im Bereich Netzproduktion in Deutschland wurden im Laufe des Jahres 2010 rund 130 Fahrtrainings mit 2 600 Teilnehmern durchgeführt. Die Verbrauchseinsparung lag in den Trainings pro Fahrer zwischen 18 und 20 Prozent. Langfristig ist im Alltag mit einer dauerhaften Einsparung von bis zu 8 Prozent zu rechnen. Für 2011 ist es unser Ziel, die Anzahl der Schulungen zu wiederholen.
- Auch im Bereich Technischer Service startete die Implementierung des Öko-Drive-Programms mit zwei Testtrainings. Im Jahr 2011 soll das Programm flächendeckend eingeführt werden. Wir planen, in 160 Fahrtrainings 3 200 Mitarbeiter dieses Bereichs zu schulen.

☑ Online-Rechner zur Ermittlung des Einsparpotenzials.

Seit Oktober 2010 bietet DeTeFleetServices, der Fuhrparkbetreiber der Telekom Deutschland, auf seiner Homepage einen [Einsparrechner](#) an. Mit diesem können Geschäftswagenfahrer und Kunden der DeTeFleetServices das Einsparpotenzial umweltfreundlicher Fahrzeuge und deren Einfluss auf den gesamten Flottenverbrauch errechnen. Die Errechnung erfolgt über Fahrzeugvariablen und Kennzahlen der eigenen Fahrweise.

Alternative Antriebssysteme.

Unsere Strategie für [klimaschonende Mobilität](#) setzt im Sinne einer Substituierung auf den Einsatz alternativer Antriebssysteme in der Fahrzeugflotte. So betreibt [DeTeFleetServices](#), der Mobilitätsdienstleister der Deutschen Telekom, seit vielen Jahren eine große Erdgasflotte und testet den Einsatz innovativer Elektro- und Brennstoffzellenfahrzeuge – von ersten Pilotversuchen bis hin zum Regeleinsatz.

Pilotprojekte: Elektrofahrzeuge im Praxistest.

Im sensiblen Landschaftsschutzgebiet der Ostseeinsel Hiddensee betreibt die Telekom bereits seit mehr als zehn Jahren ein Elektro-Servicefahrzeug. Zusätzlich beteiligt sich der Konzern seit 2010 am Projekt „e-Mobility Berlin“, einem der weltweit größten Feldversuche zum Einsatz von Elektroautos. Im Rahmen dieses Projekts testete DeTeFleetServices gemeinsam mit weiteren Konzerneinheiten den Einsatz von sechs Elektroautos „electric drive“ von Smart in der Praxis. Durch die Beteiligung an dem Projekt „e-Mobility“ erhalten wir wichtige Erkenntnisse für einen möglichen Einsatz von Elektrofahrzeugen in unserem Fuhrpark. Praktische Erfahrungswerte wird auch ein Pilotversuch mit Elektrofahrzeugen von Renault liefern, der im Frühjahr 2011 in Nordrhein-Westfalen gestartet wurde.

Lastenfahrräder mit alternativem Antrieb.

Wasserstoff-Brennstoffzellen gehören zu den zukunftsweisenden Technologien für eine emissionsarme Energiegewinnung. Dieses Potenzial fördert die Telekom seit 2009 mit dem innovativen Pilotprojekt „Cargo Bikes“. In diesem Rahmen wird die Nutzung von Lastenfahrrädern mit alternativem Antrieb in der [T-City](#) in Friedrichshafen sowie beim technischen Kundendienst der Telekom auf dem Messegelände in Hannover getestet. Im Ergebnis haben sich die Cargobikes als geeignete Alternative beim Einsatz in begrenzten Bereichen, wie auf Messen, Veranstaltungen und Events erwiesen. Sie werden deshalb weiterhin auf der Messe in Friedrichshafen genutzt und sollen zukünftig auch auf der Nordseeinsel Juist eingesetzt werden. Für den Einsatz der Lastenfahrräder wurde die Telekom im Dezember 2009 beim Wettbewerb „[365 Orte im Land der Ideen](#)“ ausgezeichnet.

Brennstoffzellen: Langjähriger Praxistest abgeschlossen.

In den Jahren 2004 bis 2010 beteiligte sich die Deutsche Telekom mit dem Einsatz von drei Mercedes F-Cell-Modellen der A-Klasse mit Brennstoffzellenantrieb am Wasserstoffprojekt [CEP \(Clean Energy Partnership\)](#). Nach über fünf Jahren Praxis hat sich DeTeFleet-Services entschlossen, die Fortführung des F-Cell-Projekts auszusetzen, da der Ausbau der Tankstelleninfrastruktur für Wasserstoff nicht mit den Anforderungen für einen praxisnahen Einsatz Schritt hielt. DeTeFleetServices möchte sich in den nächsten Jahren vorrangig auf die praxisnahe Erprobung oder den möglichen Regeleinsatz von Elektrofahrzeugen konzentrieren.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Klima und Umwelt > Biodiversität

Biodiversität.

Die Vereinten Nationen haben 2010 zum „Internationalen Jahr der Biodiversität“ erklärt. Auch die Telekom sieht die biologische Vielfalt als besonders schützenswert an und engagiert sich seit Jahren gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH) für den Erhalt der Artenvielfalt. Wir haben bereits über 700 Umwelt- und Naturschutzprojekte und zahlreiche Umweltbildungsaktivitäten unterstützt – beispielsweise zum Schutz von Wasserlandschaften und bedrohter Tierarten. Auch unsere Mitarbeiter haben sich im Berichtszeitraum für den Erhalt der natürlichen Umwelt eingesetzt, beispielsweise im Rahmen von Aufforstungsarbeiten.

▼ Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“.

Gemeinsam mit der DUH gründete die Telekom im Jahr 2009 den Naturschutzfonds „ Lebendige Wälder“. Der Fonds fördert vorbildliche Naturschutzprojekte in Deutschland, die sich für den Erhalt von Wäldern und den darin lebenden Tieren und Pflanzen einsetzen. Die geförderten Projekte wurden von der Deutschen Umwelthilfe ausgewählt und von einem Beirat aus anerkannten Naturschutzexperten zur Umsetzung empfohlen.

Im Jahr 2010 unterstützte der Naturschutzfonds insgesamt fünf Projekte. Zudem initiierte er eine Stakeholder-Diskussionsveranstaltung zum Schutz der Biodiversität in Deutschlands Wäldern.

In allen Naturschutzprojekten wurde neben den konkreten Veränderungen in den Wäldern auch begleitend Öffentlichkeits- und Informationsarbeit geleistet. Dabei wurden neben lokalen Ansprechpartnern wie Forstbehörden, Waldbesitzern, Naturschutzgruppen und Schulen auch regionale Medien einbezogen. Die Telekom hat im Jahr 2010 in allen drei Ausgaben ihrer Kundenzeitschrift „telekom_life“ über die Projekte des Naturschutzfonds und die Bedeutung der Biodiversität in den heimischen Wäldern berichtet.

▼ Unterstützte Projekte im Berichtszeitraum.

Im Mittelpunkt: Der Erhalt des Lebensraums Wald.

Folgende Projekte wurden durch den Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ im Berichtszeitraum unterstützt:

- **Renaturierung der Auenwälder am Bodensee:** Der Projektträger Bodensee-Stiftung widmet sich der Sicherung, Renaturierung und Verjüngung von Auenwäldern am Bodensee. Intakte Feuchtwälder wie diese sind nicht nur für den Artenschutz von größter Bedeutung. Sie haben auch eine wichtige Aufgabe für den Klimaschutz, indem sie das klimarelevante Gas CO₂ speichern.
- **Lebendige Weser – „Wir pflanzen einen Auenwald“:** Gemeinsam mit Schulklassen wurden im Wesereinzugsgebiet in Nordrhein-Westfalen Lebensräume entlang der Weser erkundet. Für den Auenwald typische Gehölze wurden vermehrt und für die Auspflanzung auf einer Überflutungsfläche vorbereitet. Ein naturkundlicher Arbeitskreis vor Ort und die Hochschule Ostwestfalen-Lippe haben dieses Umweltbildungsprojekt begleitet.
- **Lebensräume für die Haselmaus:** Die Haselmaus gilt als streng geschützte Tierart, deren natürliche Lebensräume in Wäldern zunehmend verloren gehen. Durch Umbauarbeiten in Wäldern in der Niederlausitz konnte der Deutsche Verband für Landschaftspflege Sachsen bessere Lebensbedingungen für die Haselmäuse schaffen.
- **Schutz von Alpenbock und Hirschkäfer:** Das Umweltbildungszentrum Listhof verfolgte mit diesem Projekt das Ziel, die bedrohten Käferarten Alpenbock und Hirschkäfer in ihren Verbreitungsgebieten im Biosphärenreservat Schwäbische Alb und im Naturschutzgebiet Listhof dauerhaft zu erhalten. Dazu wurden gemeinsam mit Schülern Umbaumaßnahmen im Wald durchgeführt und die Fundorte der Käfer per GPS erfasst.
- **Wiederansiedlung des Haselhuhns:** In den Wäldern der Prinz Reuss'schen Forstverwaltung Wurzbach im Thüringisch-Fränkischen Gebirge wurden Waldbiotope für die Wiederansiedlung des hier ursprünglich heimischen Haselhuhns optimiert. Die Entwicklung der neu angesiedelten Haselhühner wird langfristig beobachtet.

▼ T-Mobile Austria gründet Umweltfonds.

Umweltbeitrag zugunsten von Umweltprojekten eingeführt.

Zusammen mit ihrer Marke tele.ring gründete T-Mobile Austria im Januar 2011 den „T-Mobile Umwelt-

und Nachhaltigkeitsfonds“. Jedes Jahr stellt der Fonds 150 000 Euro zur Verfügung, mit denen ausgewählte Umwelt- und Naturschutzprojekte anerkannter Organisationen und Initiativen von Privatpersonen in Österreich finanziell unterstützt werden.

Der Fonds wird unter anderem durch einen Umweltbeitrag gespeist, den tele.ring und T-Mobile Austria ihren Kunden für jede zugestellte Papiersendung verrechnen. Damit setzt die österreichische Landesgesellschaft einen Anreiz zum schonenden Umgang mit natürlichen Ressourcen.

T-Hrvatski Telekom unterstützt Wiederaufforstung.

T-Hrvatski Telekom setzte die seit drei Jahren bestehende Unterstützung von Umweltprojekten in Zusammenarbeit mit strategischen Partnern fort. Im Jahr 2010 förderte das Unternehmen Aufforstungsprojekte in den kroatischen Küstenstädten Benkovac, Makarska und Metković sowie auf der Insel Hvar. Die Neupflanzung von Bäumen auf Waldbrandflächen ist ein wichtiger Beitrag zur Förderung der ökologischen Diversität in Kroatien. Der Wert des Projekts beträgt eine halbe Million Kuna (rund 67 300 Euro). 215 Mitarbeiter beteiligten sich zudem im Oktober 2010 als freiwillige Helfer an der Aufforstung.

Startseite > Kennzahlen

Kennzahlen.

Kennzahlen in den CR-Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales konzernweit zu erheben und über sie zu berichten ist für uns ein wichtiges Instrument, mit dem wir die Umsetzung von Zielen überprüfen, Maßnahmen steuern und Verbesserungspotenziale identifizieren.

Die ökologischen Daten für Energie, Emissionen, Fuhrpark, Abfall und Wasser werden wie im Vorjahr nutzerfreundlich in einem interaktiven Kennzahlen-Tool dargestellt. Dadurch werden messbare Fortschritte und Leistungen der Telekom in Bezug auf CR über einen Zeitraum von bis zu vier Jahren nachvollziehbar. Das Kennzahlen-Tool bietet darüber hinaus die Möglichkeit, die ökologischen Eckdaten der jeweiligen Landesgesellschaften des Konzerns untereinander zu vergleichen.

Für alle konsolidierten Kennzahlen wird die entsprechende Datenbasis ausgewiesen:

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

Konzernweite Indikatoren für CR-Performance

Zur Steuerung unserer Fortschritte in CR nutzen wir seit 2009 konzernweit gültige Kennzahlen – unsere CR Key Performance Indikatoren (CR KPI).

Als Steuerungsinstrument erleichtern sie eine systematische, transparente und kontinuierliche Optimierung unserer Nachhaltigkeitsleistung. Aufgrund von Entwicklungen im Konzern und externen Veränderungen haben wir die CR KPI im Berichtszeitraum überprüft und an die geänderten Rahmenbedingungen und Anforderungen angepasst. Die vormaligen „CR-Leadership-Indikatoren“ zum Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes und zur Beurteilung unseres gesellschaftlichen Engagements sind nun als CR KPI „Socially Responsible Investment“ sowie CR KPI „Social Commitment“ aufgeführt.

Prüfumfang

Ausgewählte Kennzahlen aus Deutschland sowie der Landesgesellschaften Magyar Telekom plc., T-Mobile Netherlands und erstmalig auch der griechischen OTE wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen. Damit stimmte der Prüfungsgegenstand mit dem des Vorjahres weitestgehend überein.



Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung sind mit  gekennzeichnet.

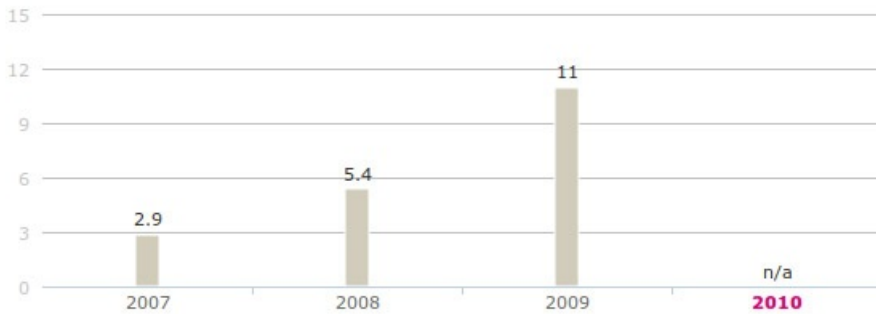
Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > CR KPI

CR KPI.

CR KPI "Socially Responsible Investment" Deutsche Telekom AG.

Anteil der von nachhaltigen Investoren gehaltenen T-Aktien in %



Seit 2009 werden Daten durch Finanzdienstleister ipreo zur Verfügung gestellt (bis 2008: Sustainable Business Institute). Daten für 2010 liegen im Jahresverlauf 2011 vor.

Der CR KPI „Socially Responsible Investment“ gibt den Anteil von T-Aktien an, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt. Im Jahr 2009 wurden 9% aller Aktien der Deutschen Telekom von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. 2% der T-Aktien werden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI/ESG-Gesichtspunkten managen. (Datenquelle: Ipreo)

Mehr zum Thema:

- [Socially Responsible Investment](#)
- [Rankings, Ratings und Auszeichnungen](#)

CR KPI "Employee Satisfaction CR" Deutsche Telekom Konzern.

Anteil der Antworten in den "Top2" (in %)



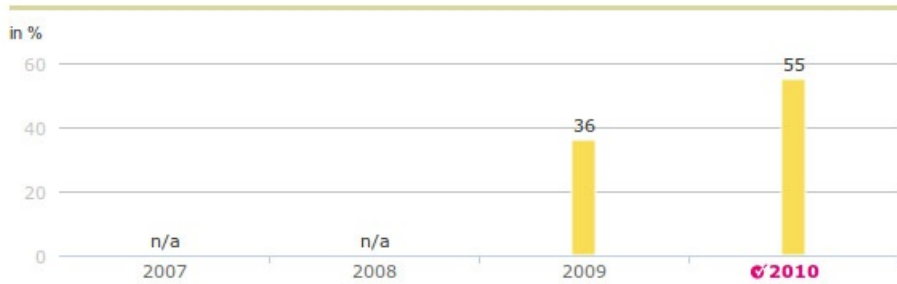
Mit dem CR KPI „Employee Satisfaction“ ermitteln wir die Identifikation unserer Mitarbeiter sowie ihre Zufriedenheit mit unserem CR-Engagement.

Die Messung findet auf Basis der alle zwei Jahre stattfindenden Mitarbeiterbefragung in allen Landesgesellschaften statt. Die diesjährigen Daten werden als Grundlage für die Festlegung von Zielwerten dienen.

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Mitarbeiterbefragung 2010](#)

CR KPI "Sustainable Procurement" Deutsche Telekom Konzern.



■ Anteil auditiertes und/oder durch Selbstauskunft via E-TASC abgedecktes Gesamtbeschaffungsvolumen - Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB) bereinigt um Volumina der Top-Carrier - Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführte Social Audits bei "1st Tier" Lieferanten.

Der Wert für den CR KPI „Sustainable Procurement“ kann auch für 2009 ausgewiesen werden. Er steigerte sich maßgeblich von 36% auf 55%. Die meisten der im Jahr 2010 auditierten Firmen hatten zuvor Selbstauskunft via E-TASC erteilt.

Mehr zum Thema:

- [Lieferanten](#)
- [E-TASC](#)

☑ CR KPI "Energy Consumption" Deutsche Telekom Konzern.

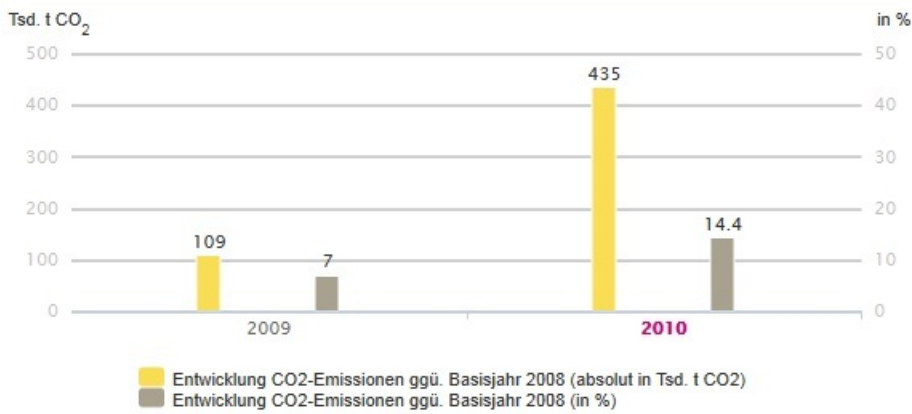


Dieser CR KPI wird erstmalig im vorliegenden CR-Bericht ausgewiesen und kann rückwirkend bis 2007 gezeigt werden. Der Anstieg von 7 Punkten m MPEI (MWh Strom / Mio. € Umsatz) gegenüber 2009 wurde sowohl durch einen leicht steigenden Stromverbrauch im Konzern (+ 4%) als auch durch einen Rückgang des Konzernumsatzes (- 3 %) verursacht.

Mehr zum Thema:

- [Klima und Umwelt](#)
- [Energiemanagement](#)

☑ CR KPI "Emissions" (absolut und relativ) Deutsche Telekom Konzern.



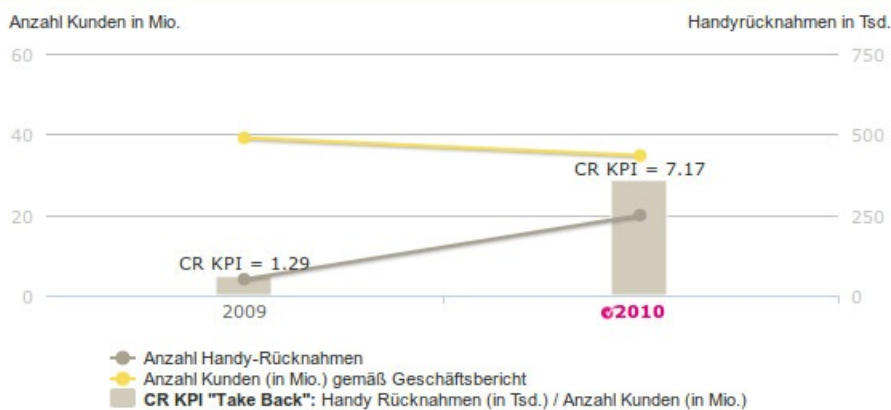
Die Definition der Energieverbräuche (Zähler) bezieht sich auf die Standorte der Geschäftseinheiten gemäß der Darstellung bei unseren absoluten Energiekennzahlen, während der Umsatz (Nenner) wie im Geschäftsbericht definiert ist.

Reporting CR KPI "Emissionen" erstmalig in 2010 (Basisjahr 2008). In Abweichung zum Emissions-Reporting 2008: Berechnung basiert auf Darstellung ohne Emissionen T-Mobile U.K. und ohne Emissionen der erst ab 2010 relevanten T-Systems-Einheiten Österreich, Slowakei, Mexiko, U.K. und Iberia. In Abweichung zum Emissions-Reporting (alle Jahre): Keine Berücksichtigung RECS-Zertifikate für Emissionen aus Strombezug Deutschland (in Höhe von ca. 1,28 Mio. t CO₂ in 2010 / 1,17 Mio. t CO₂ in 2008).

Mehr zum Thema:

- [Klima und Umwelt](#)
- [Klimaschutz](#)

CR KPI "Take Back Mobile Devices" Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



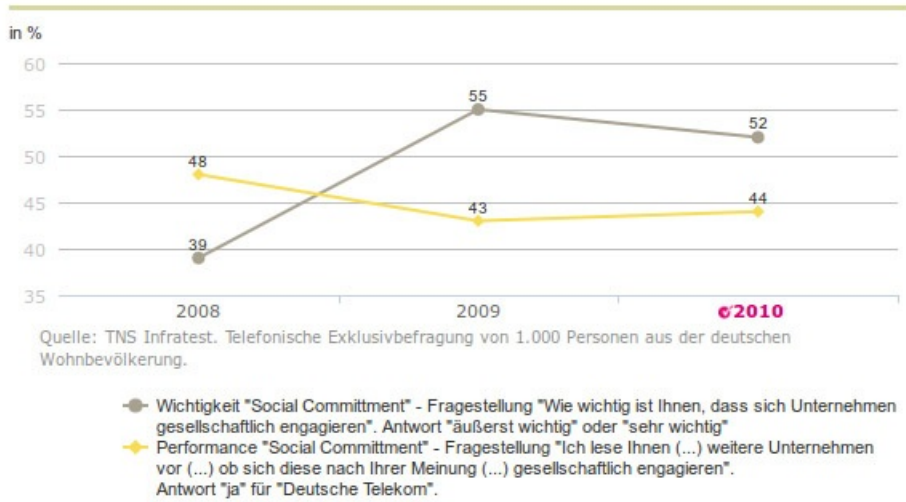
Der CR KPI "Take Back" kann rückwirkend auch für 2009 gezeigt werden. Mit verschiedenen Aktionen wurde im Jahr 2010 dazu aufgerufen, Althandys abzugeben, wie z.B. mit einem großen Gewinnspiel oder über eine Facebook-Aktion. All dies hat geholfen, im Berichtsjahr fast 250.000 Althandys einzusammeln.

Der Rückgang der Kundenzahlen (von ca. 39 auf 35 Mio. in 2010) ist auch durch die automatische Kündigung von Prepaid-Karten (solche, die seit mehr als 2 Jahren nicht mehr aufgeladen wurden) bedingt und trägt auch geringfügig zur Verbesserung dieses CR KPI bei. Mobilfunk-Kunden Deutschland gemäß Geschäftsbericht.

Mehr zum Thema:

- [Handy- und Telefonrücknahme](#)

CR KPI "Social Commitment" Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Der CR KPI "Social Commitment" kann rückwirkend seit 2008 gezeigt werden. Im Jahr 2009 bestand noch ein Abstand von 12 Prozentpunkten zwischen der Einschätzung der Wichtigkeit und der Wahrnehmung der tatsächlichen Leistung der Deutschen Telekom im Bereich des gesellschaftlichen Engagements in der Öffentlichkeit. Dieser verringerte sich 2010 auf 8 Prozent.

Mehr zum Thema:

- [Gesellschaft](#)

Mehr zu Thema:

- [Key Performance Indikatoren](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

[Startseite](#) > [Kennzahlen](#) > [Ökonomisch](#)

Ökonomische Kennzahlen.

Die wichtigsten CR-Kennzahlen mit ökonomischem Bezug sind der Anteil des nachhaltigen Investments an T-Aktien sowie das Abschneiden der Telekom in den wichtigsten Ratings und Rankings und das Listing in den wesentlichen Indizes.

© Deutsche Telekom, 2011

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökonomisch > Listing der T-Aktie

Listing der T-Aktie.

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikat "Prime".		Erfolge Index-Listing			
Ratingagentur	Indizes/Prädikate/Ranking	2010 erfüllt	2009 erfüllt	2008 erfüllt	2007 erfüllt
SAM	DJSI World	✓	✓	✓	✓
	DJSI STOXX®	✓	✓	✓	✓
Oekom	„Prime“	✓	✓	✓	✓
Vigeo	ASPI	✓	✓	✓	✓
	ESI	✓	✓	✓	✓
imug/EIRIS	FTSE4Good	✓	✓	✓	✓
CDP	CD Leadership Index	–	–	–	✓
	Carbon Performance Leadership Index (neu seit 2010)	✓	n.a.	n.a.	n.a.
Sarasin	DAX Glob. Sar. Sust.	✓ ()	✓ ()	✓	✓
RiskMetrics	FTSE KLD Global Climate 100	✓	✓	✓	✓
	FTSE KLD Global Sustainab.	–	–	–	✓
Newsweek Green Rankings Global 100	Rank Germany #1, Global #7, Technology #3	✓	n.a.	n.a.	n.a.

✓ = Erfolgreich gelistet.
 – = Nicht erfolgreich gelistet.
 () = Mehrjähriger Rhythmus.

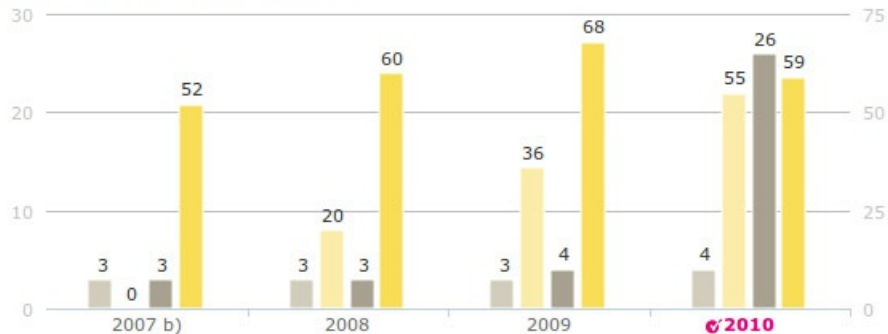
Mehr zum Thema:

- [Socially Responsible Investment](#)
- [Rankings, Ratings und Auszeichnungen](#)

Lieferantenbeziehungen.

Risikomanagement Lieferantenbeziehungen Deutsche Telekom Konzern.

Anteil am bereinigten Einkaufsvolumen in % c)



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

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

c) Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführte Social Audits ausschließlich bei "1st Tier" Lieferanten.

d) Berücksichtigung ausschließlich extern durchgeführte Social Audits auch bei "2nd und 3rd Tier" Lieferanten.

■ Durchgeführte Workshops
■ Durchgeführte Audits d)

■ Anteil des via E-TASC abgedeckten Einkaufsvolumens
■ Anteil des via E-TASC adressierten Einkaufsvolumens

Der Anteil des durch E-TASC abgedeckten Einkaufsvolumens stieg gegenüber dem Vorjahr von 36 % auf 55 % deutlich an. Im Zeitraum Juli bis Ende Dezember 2010 führten Auditoren insgesamt 26 Social Audits bei Lieferanten und Sublieferanten durch. Der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens im Berichtszeitraum steigerte sich auf 18%. Wie in den Vorjahren wurden Workshops mit Top-Lieferanten durchgeführt.

Mehr zum Thema:

- [Lieferanten](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökonomisch > Umsatzerlöse, EBITDA und Konzernüberschuss

Umsatzerlöse, EBITDA und Konzernüberschuss.

Umsatzerlöse, EBITDA/EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) und Konzernüberschuss der Deutschen Telekom.

in Mrd. €	2007	2008	2009	2010
Umsatzerlöse	62,5	61,7	64,6	62,4
EBITDA bereinigt ^{a,b,c)}	19,3	19,5	20,7	19,5
EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) ^{a)} (in %)	30,9	31,6	32	31,2
Konzernüberschuss	0,6	1,5	0,4	1,7

a-c) vgl. Fußnoten Seite 3 Geschäftsbericht Deutsche Telekom 2010

Eine detaillierte Erläuterung ökonomischer Kennzahlen findet sich unter www.telekom.com/investorrelations.

Nettowertschöpfung.

Nettowertschöpfung.



An den Zahlen zur Nettowertschöpfung wird erkennbar, in welcher Form die einzelnen Anspruchsgruppen des Konzerns bspw. in Form von Löhnen oder Steuern an der Unternehmensleistung partizipierten. Die Nettowertschöpfung der Deutschen Telekom resultiert aus den Umsatzerlösen zuzüglich der Einzahlungen aus dem Verkauf von Vermögenswerten, abzüglich der Betriebskosten und sonstiger Ausgaben. Im Gegensatz zur Gewinn- und Verlustrechnung gehen in die Nettowertschöpfungsrechnung nur tatsächliche Zahlungsströme ein. Dies bedeutet, dass z. B. 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.

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

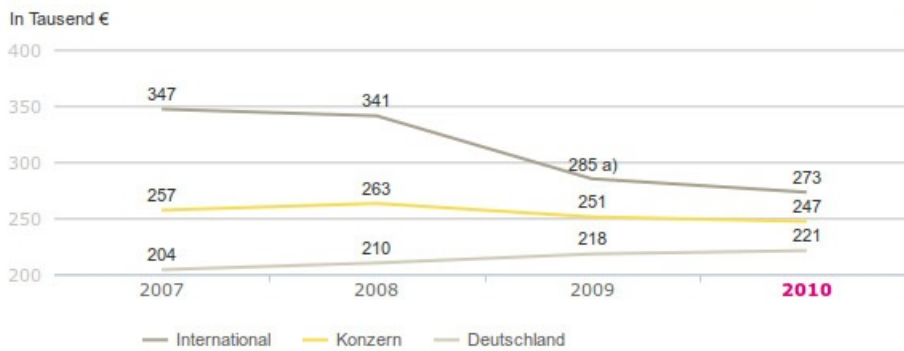
Startseite > Kennzahlen > Ökonomisch > Personalaufwand, EBITDA und Umsatz je Mitarbeiter

Personalaufwand, EBITDA und Umsatz je Mitarbeiter.

Personalaufwand (PA) und EBITDA je Mitarbeiter.
Gesamtjahr 2009 und 2010, pro FTE.

in Tausend €	PA bereinigt 2009	PA bereinigt 2010	EBITDA 2009	EBITDA 2010
Deutschland	65,6	67,3	74,5	72,1
international	41,3	43,9	86,1	82,2
Konzern gesamt	53,6	55,7	80,2	77,1

Umsatz je Mitarbeiter.



a) 2009: Durch OTE-Akquisition überproportionale Zunahme Mitarbeiter international im Verhältnis zur Umsatzsteigerung

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökologisch > Energie & Emissionen

Energie & Emissionen.

Tabelle		Balken		Linien		Alle Länderdaten	
Gesamt - Energieverbrauch							
MWh	2007	2008 ^{a)}	2009	2010			
Energieverbrauch Gesamt	7 219 306	7 767 481	7 847 181	8 097 038			
Energieverbrauch Elektrischer Strom	5 394 013	5 892 727	5 983 238	6 229 541			
Energieverbrauch Fernwärme	228 134	220 418	216 479	235 283			
Energieverbrauch Fossile Brennstoffe	631 885	709 767	701 831	727 756			
Energieverbrauch Kraftstoffe (Fuhrpark)	965 273	944 569	945 632	904 458			
<p>^{a)} Abweichung gegenüber Darstellung im Vorjahr um + 4 GWh (Korrektur Angabe Fernwärmeverbrauch T-Mobile Czech Republic).</p> <p> Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Konzern in Deutschland, Magyar Telekom plc., OTE S.A. und T-Mobile Netherlands.</p> <p>Korrektur des Stromverbrauchs 2008 und 2009, des Fernwärmebezugs und Verbrauchs von fossilen Brennstoffen 2009 sowie der resultierenden Gesamtsummen gegenüber Veröffentlichung im CR Bericht 2010. Details siehe interaktives Kennzahlen-Tool des CR-Onlineberichts.</p>							

Gemäß dem weltweiten Trend in der ICT-Branche ist auch 2010 der Stromverbrauch des Deutsche Telekom Konzerns insgesamt und in vielen Standortländern weiter gestiegen – im Branchenvergleich war der Anstieg relativ gering. Wesentliche Treiber für den Anstieg des Stromverbrauchs sind der Netzausbau und zunehmende Übertragungsmengen - durch umfassende Maßnahmen zur Energieeinsparung und Effizienzsteigerung konnte ein höherer Anstieg jedoch verhindert werden. Der leichte Anstieg gegenüber 2009 ergibt sich auch aus der Neuaufnahme einiger internationaler Gesellschaften in das Reporting.

Ursachen für den Anstieg des Heizenergieverbrauchs (Fernwärme und fossile Brennstoffe) sind die Neuaufnahme einiger internationalen Gesellschaften in das Reporting sowie der z.T. längere bzw. strenge Winter 2010, der in vielen Ländern zu einem erhöhten Heizbedarf geführt hat.

Der Kraftstoffverbrauch des Fuhrparks konnte durch verbessertes Fahrverhalten und eine Reduzierung der Fahrleistung verringert werden.

Tabelle		Balken		Linien		Alle Länderdaten	
Telekom Konzern in Deutschland - Emissionen Gesamt (Scope 1 & 2)							
t CO ₂	2007	2008	2009	2010			
Emissionen Gesamt	885 070	299 268	316 304	313 825			
<p>Alle Emissionen wurden auf Basis von Energieverbrauchsdaten ermittelt. Es gelten die in den Tabellen zum Energieverbrauch und zum Fuhrpark enthaltenen Fußnoten sinngemäß. Korrektur der Emissionen 2009 für Strom, Fernwärme und fossile Brennstoffe sowie der resultierenden Gesamtsummen gegenüber Veröffentlichung im CR Bericht 2010. Details siehe Tabelle zum Energieverbrauch.</p>							

Die Emissionen werden auf Basis der verschiedenen Energie- und Kraftstoffverbräuche in CO₂-Werten berechnet. Dies erfolgte nach den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA). Die Berichterstattung nach GHG Protocol beruht auf den folgenden Scopes: – Scope 1: direkte Emissionen aus eigenen Quellen – Scope 2: indirekte Emissionen aus dem Bezug von elektrischem Strom und Fernwärme. Die CO₂-Emissionen im Deutsche Telekom Konzern sind im letzten Jahr insgesamt und in nahezu allen Kategorien – außer Scope 1-Emissionen aus Kraftstoffverbrauch des Fuhrparks – angestiegen. Ursachen dafür sind die gestiegenen Energieverbräuche. Die aus unserem Stromverbrauch resultierenden Emissionen in Deutschland konnten wie in den letzten beiden Jahren auf Null reduziert werden. Dies gelang durch die Umsetzung zahlreicher Maßnahmen zur Energieeinsparung und Erhöhung der Energieeffizienz und den Erwerb von RECS-Zertifikaten (Renewable Energy Certificate System) für mehr

als 3 000 GWh. Damit haben wir auch 2010 unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen bezogen. Unsere Tochtergesellschaft T-Mobile Netherlands hat ihre Emissionen durch den direkten Bezug des gesamten Strombedarfs und 23% des Erdgasverbrauchs aus erneuerbaren Quellen ebenfalls auf einem niedrigen Niveau gehalten.

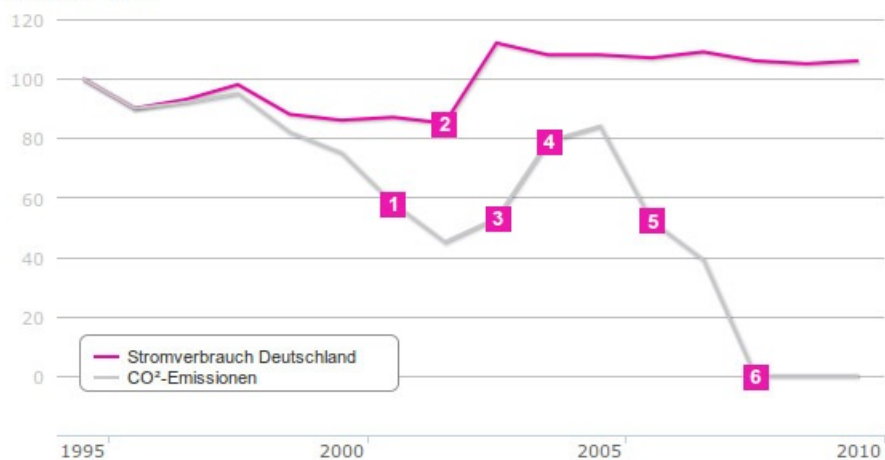
Emissionen aus Geschäftsreisen Konzern Deutsche Telekom. (Scope 3 Emissionen)

Deutschland		2008	2009	2010
Bahnfahrten	t CO ₂	5.337	5.408	759 *
Flugreisen	t CO ₂	76.411	74.673	81.651
Mietwagen (extern)	t CO ₂	13.376	11.506	8.775
Gesamt	t CO ₂	95.124	91.587	91.184

* Ab dem 15.02.2010 sind alle Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn CO₂-frei.

Entkopplung Stromverbrauch / CO₂-Emissionen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in % (1995 = 100%)



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

Mehr zum Thema:

- [Klima und Umwelt](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökologisch > Fuhrpark

Fuhrpark.

Telekom Konzern in Deutschland - Anzahl Fahrzeuge				
#	2007	2008	2009	2010
Anzahl Fahrzeuge Gesamt	42 584	39 034	31 667	30 938
Anzahl Diesel Fahrzeuge	0	0	30 839	30 217
Anzahl Benzin Fahrzeuge	0	0	353	414
Anzahl Alternative Fahrzeuge	0	0	473	307
Anzahl Geschäftsfahrzeuge	k.A.	11 708	10 090	10 504
Anzahl Dienstfahrzeuge	k.A.	27 326	21 577	20 434

Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Konzern in Deutschland. Die Angaben stammen teilweise von externen Dienstleistern.
 Die Angaben stammen teilweise von externen Dienstleistern.

Angaben der Landesgesellschaften zur Anzahl der Fahrzeuge nach Antriebsart und Aufschlüsselung nach Dienst- und Geschäftsfahrzeugen im [interaktiven Kennzahlen-Tool des CR-Onlineberichts](#). Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., OTE und T-Mobile Netherlands.

Die Flottensteuerung wurde in vielen Konzerngesellschaften optimiert, z.B. in Deutschland, in Kroatien und in den Niederlanden. Der leichte Anstieg von ca. 1% gegenüber 2009 ergibt sich aus gegenläufigen organisatorischen Effekten, da einige internationale T-Systems Einheiten (Großbritannien, Slowakei, Österreich, Spanien, Mexiko) sowie die griechische Vertriebsgesellschaft Germanos (unter Cosmote) neu in das Reporting aufgenommen wurden.

Telekom Konzern in Deutschland - Fahrleistung				
Mio. km	2007 ^{a)}	2008 ^{a)}	2009 ^{a)}	2010
Fahrleistung Gesamt	922	820	900	813
Fahrleistung Geschäftsfahrzeuge	k.A.	0	452	389
Fahrleistung Dienstfahrzeuge	k.A.	0	449	424
Fahrleistung Fahrzeuge mit Dieselmotoren	k.A.	0	878	798
Fahrleistung Fahrzeuge mit Benzinmotoren	k.A.	0	8	8
Fahrleistung Alternative Fahrzeuge	k.A.	0	14	7

^{a)} Aufteilung nach Antriebsart ab 2009 verfügbar.
 Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Konzern in Deutschland. Die Angaben stammen teilweise von externen Dienstleistern.
 Die Angaben stammen teilweise von externen Dienstleistern.

Angaben der Landesgesellschaften zur Fahrleistung nach Antriebsart und Aufschlüsselung nach Dienst- bzw. Geschäftsfahrzeugen im [interaktiven Kennzahlen-Tool](#). Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., OTE und T-Mobile Netherlands.

Der Rückgang der Fahrleistung resultiert im Wesentlichen aus dem rückläufigen Kilometer-Wert bei Geschäftsfahrzeugen mit Dieselmotor in Deutschland. Auch veränderte Nutzungsanforderungen und verbessertes Nutzungsverhalten trugen zu dieser Entwicklung bei. Detailkommentare siehe Einzelgesellschaften.

Telekom Konzern in Deutschland - Kraftstoffverbrauch

Tsd. Liter	2007	2008 ^{a)}	2009	2010
Kraftstoffverbrauch Gesamt	68 800	61 318	65 609	59 252  
Kraftstoffverbrauch Geschäftsfahrzeuge	k.A.	29 761	33 649	28 858  
Kraftstoffverbrauch Dienstfahrzeuge	k.A.	31 557	31 960	30 394  
Kraftstoffverbrauch Dieselfahrzeuge	k.A.	59 787	63 927	57 882  
Kraftstoffverbrauch Benzinfahrzeuge	k.A.	761	814	788  
Kraftstoffverbrauch Alternative Antriebe	k.A.	770	868	581  

^{a)} Rein rechnerische Aufteilung Kraftstoffverbrauch auf Geschäfts- und Dienstfahrzeuge 2008 analog aktuellem Verbrauchsverhältnis 2009.


 Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Konzern in Deutschland. Die Angaben stammen teilweise von externen Dienstleistern.

 Die Angaben stammen teilweise von externen Dienstleistern.

Angaben der einzelnen Landesgesellschaften zum Kraftstoffverbrauch nach Antriebsart und Aufschlüsselung nach Dienst- bzw. Geschäftsfahrzeugen [im interaktiven Kennzahlen-Tool](#). Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., OTE und T-Mobile Netherlands.

Der Kraftstoffverbrauch des Fuhrparks konnte durch verbessertes Fahrverhalten und Reduzierung der Fahrleistung verringert werden. Detailkommentare siehe Einzelgesellschaften. Leichte Abweichung im berichteten Gesamtwert 2009 gegenüber voriger Darstellung aufgrund einiger geringer nachträglicher Korrekturen in verschiedenen Landesgesellschaften (z.B. T-Mobile USA, OTE).

Fuhrpark, Mobilität und Verbrauch Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Stichtag: 31.12.	2007	2008	2009		2010
Fahrzeuge gesamt	42 591	39 034	31 667		30 938
Dienstfahrzeuge ^a	28 460	27 326	21 577		20 434
Geschäftsfahrzeuge ^b	14 124	11 708	10 090		10 504
Fahrleistung (in Mio. km)	922,0^c	820	900,3		813,2
Dienstfahrzeuge ^a	416,0 ^c	432	448,8		424,3
Geschäftsfahrzeuge ^b	506,0 ^c	387	451,5		389
Verbrauch (in Mio. l)	68,8	61,3	65,6		59,3
Dienstfahrzeuge ^a	30,8	31,6	32		30,4
Geschäftsfahrzeuge ^b	38	29,8	33,6		28,9

^a Inklusive Poolfahrzeuge.

^b Inklusive Betriebsfahrzeuge.

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

Angaben zu Fuhrpark, Mobilität und Verbrauch aufgeschlüsselt nach Dienst- bzw. Geschäftsfahrzeugen [im interaktiven Kennzahlen-Tool](#).

Der Rückgang der Fahrleistung (-10%) resultiert im Wesentlichen aus der rückläufigen Kilometerzahl bei Geschäftsfahrzeugen mit Dieselantrieb. Dies ist teilweise auf veränderte Nutzungsanforderungen zurückzuführen. Entsprechend der Reduzierung der Fahrleistung sowie durch verbessertes Nutzungsverhalten (z.B. Wirkung von Ökofahrtraining) verringerte sich auch die benötigte Kraftstoffmenge.













Mehr zum Thema:


- [Klima und Umwelt](#)
- [Klimaschonende Mobilität](#)


Corporate Responsibility Bericht 2010/2011


Startseite > Kennzahlen > Ökologisch > Abfallaufkommen


Abfallaufkommen.

Telekom Konzern in Deutschland - Abfallaufkommen				
t (Tonne)	2007	2008	2009	2010
Abfall Gesamt	57 727	52 454	50 339	47 080  
Gefährliche Abfälle	7 807	6 406	7 231	1 157  
Technischer Abfall	16 599	15 702	16 660	19 555  
Papierabfall	19 972	17 506	6 629	6 405  
Siedlungsabfall	13 348	12 840	19 569	18 907  
Anderer Abfall	0	0	250	1 052  

 Deutsche Telekom Konzern in Deutschland: Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte, Detaillierte Prüfkommentare siehe jeweilige Abfallart.

 Daten durch PwC geprüft

 Deutsche Telekom Konzern in Deutschland: Daten basieren im Bereich der Papierabfälle auf Schätzungen und Hochrechnungen.

 Deutsche Telekom Konzern in Deutschland: Daten basieren im Bereich der Siedlungsabfälle auf Schätzungen und Hochrechnungen.

Angaben der einzelnen Landesgesellschaften zum Abfallaufkommen [im interaktiven Kennzahlen-Tool](#). Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte für Deutsche Telekom Deutschland, Magyar Telekom plc., OTE und T-Mobile Netherlands.

Insgesamt ging die Abfallmenge konzernweit 2010 um ca. 6% zurück. Die Verringerung resultiert im wesentlichen aus dem Rückgang der Abfälle aus dem Kabelprojekt in Deutschland sowie den infolge von Personaleinsparungen verminderten Papier- und Siedlungsabfällen. Im Ausland lag der Rückgang bei 4%, vor allem bedingt durch die Dekonsolidierung der T-Mobile UK. Der Anteil des Abfalls außerhalb Deutschlands an der gesamten Abfallmenge des Konzerns stieg leicht von 34,6% auf 35,2%.

Mehr zum Thema:

- [Klima und Umwelt](#)
- [Umweltmanagement](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökologisch > Wasserverbrauch

Wasserverbrauch.

Telekom Konzern in Deutschland - Wasserverbrauch				
m ³	2007	2008	2009	2010
Wasserverbrauch Gesamt	1 785 096	1 745 219	1 922 000	1 986 138

Angaben der einzelnen Landesgesellschaften zum Wasserverbrauch [im interaktiven Kennzahlen-Tool](#).

Der leichte Rückgang im konzernweiten Wasserverbrauch (-3%) ist fast vollständig auf eine höhere Genauigkeit in der Datenerfassung zurückzuführen. Die für den Wasserbrauch relevanten Daten konnten im Jahr 2010 vor allem bei T-Mobile USA und OTE besser aus den jährlichen Abrechnungen von Dienstleistern ermittelt werden.

In einzelnen Landesgesellschaften konnte der Wasserverbrauch durch gezielte Maßnahmen deutlich verringert werden: Bei T-Mobile Netherlands führte der Umstieg auf thermische Kühlung zu einer Reduktion des Wasserverbrauchs um mehr als ein Drittel. Bei T-Hrvatski Telekom führten gebäudetechnische Maßnahmen und eine verbesserte Sensibilisierung der Mitarbeiter zu einer Verbrauchsreduktion von 13%. Die gesamte inhaltliche Entwicklung im Konzern gegenüber 2009 beträgt -28.000 m³.

Organisatorische Effekte heben sich fast vollständig auf. Dem erstmaligen Reporting der internationalen T-Systemsgesellschaften in Mexico, Spanien, Slowakei und Österreich steht die Dekonsolidierung von T-Mobile UK gegenüber. Der Nettoeffekt ist vernachlässigbar.

Mehr zum Thema:

- [Klima und Umwelt](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökologisch > Elektronische Rechnungen

Elektronische Rechnungen.

Elektronische Rechnungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Die Anzahl der elektronischen Rechnungen setzt sich zusammen aus elektronisch gestellten Rechnungen und Gutschriftserteilungen für Festnetz- und Mobilfunkkunden. Aufgrund von Umorganisationen sowie veränderten Zählweisen sind die Jahresdaten nur bedingt vergleichbar. Inzwischen liegt der Anteil der elektronisch übermittelten Rechnungen bei über 45 %.

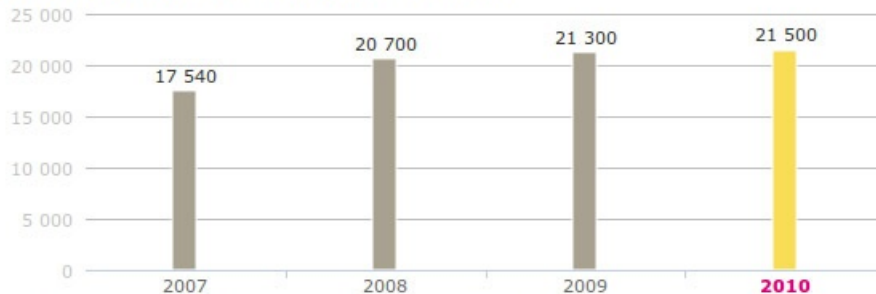
Mehr zum Thema:

- [Papierlose Rechnung](#)

Jobticket.

Jobticket Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Vergünstigte Zeitfahrkarten des öffentlichen Nahverkehrs in Stück



Daten stammen zu 80% aus dem online-Buchungstool für die Jobticketverwaltung. 20% der Daten werden von Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt.

Jobtickets sind geförderte Zeitfahrkarten des öffentlichen Nahverkehrs, bei denen die Kommunen Rabatte auf den Ticketpreis bei Großmengenabnahme sowie für die Übernahme des Ticketmanagements durch die Unternehmen gewähren. Ein regionales Jobticketangebot steht Telekom Mitarbeitern an allen Standorten in den Verkehrsballungsräumen zur Verfügung. Auch in einigen vergleichsweise verkehrsschwachen Regionen (Schleswig Holstein, Emsland, Saarland) konnten schon Jobticketangebote umgesetzt werden. Es ist geplant, weitere Standorte in verkehrsarmen Regionen zu versorgen. Für überregionale Mobilitätsbedarfe steht allen Konzernbeschäftigten das DB Job-Ticket zur Verfügung, das bereits von über 1000 Beschäftigten genutzt wird.

Mehr zum Thema:

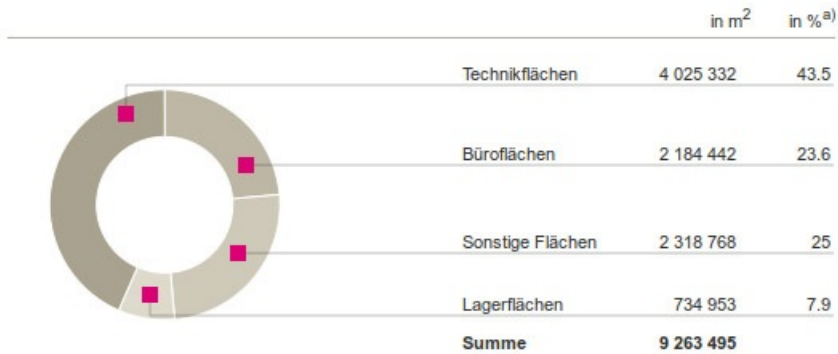
- [Klima und Umwelt](#)
- [Klimaschonende Mobilität](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Ökologisch > Flächennutzung

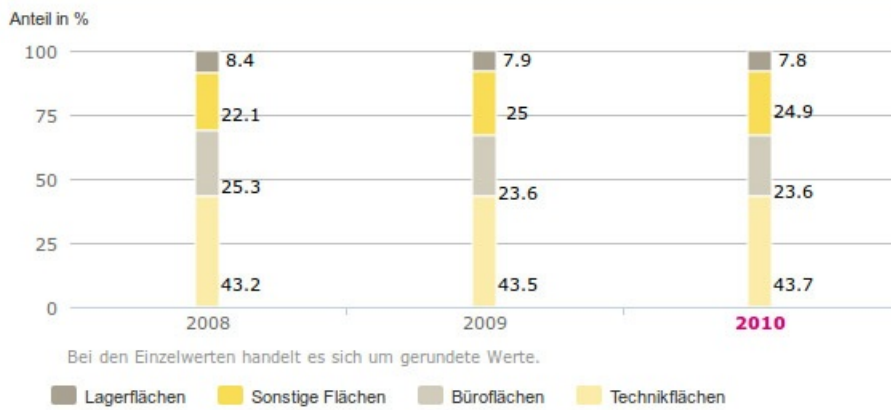
Flächennutzung.

Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



a) Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.

Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Sozial

Soziale Kennzahlen.

In diesem Berichtsteil werden die wesentlichen sozialen Kennzahlen aus CR-Perspektive dargestellt. Eine detaillierte Darstellung von Beschäftigenthemen findet sich im Personalbericht 2010/2011 der Telekom unter www.telekom.com/personalbericht.

© Deutsche Telekom, 2011

Frauen im Konzern.

Frauen im mittleren und oberen Management.



Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Diversity](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Sozial > Aus- und Weiterbildung

Aus- und Weiterbildung.

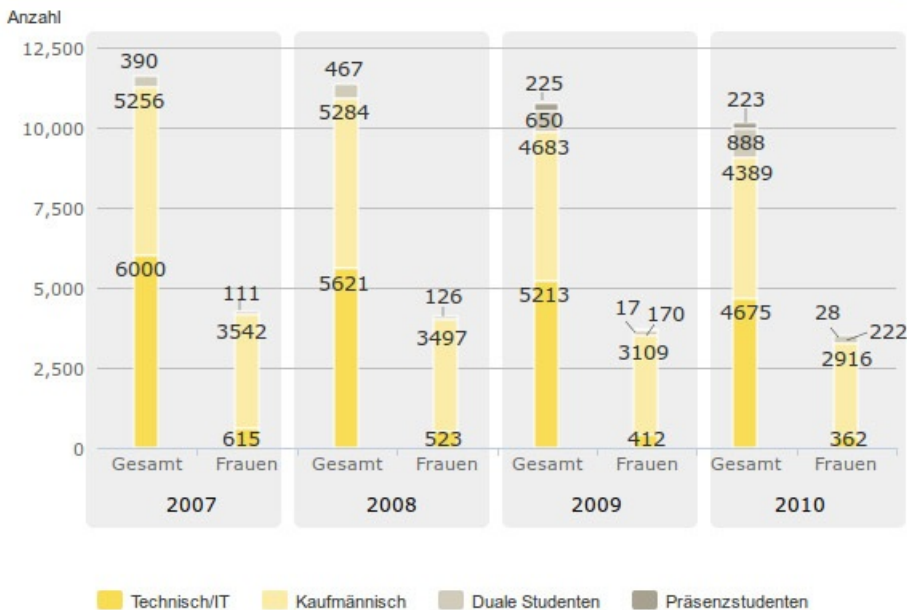
Weiterbildung Telekom Training.



- Seminare: 47 271 | Teilnehmer: 298 319 | Teilnehmertage: 775 021
- Durchschnittliche Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer: 2,6; je Mitarbeiter: 6,2
- Die verringerte Zahl der Teilnehmertage ist u. a. darauf zurückzuführen, dass viele (sehr) kurze, z. T. stundenweise Seminare angeboten wurden.
- Zugriffe Global Teach (interne E-Learning-Plattform): 475 958

Auszubildende und Berufsfelder Deutschland.

Gesamt und Anteil Frauen, Zahlen Deutsche Telekom AG.

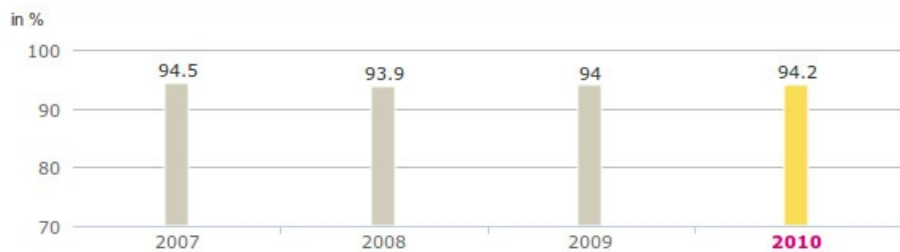


Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Aus- und Weiterbildung](#)

Gesundheitsquote.

Gesundheitsquote Deutsche Telekom Konzern Deutschland.



Die Gesundheitsquote der Telekom in Deutschland ist im Jahresverlauf mit ca. 94% auf hohem Niveau konstant. Als erstes DAX-30-Unternehmen umfasste die Mitarbeiterbefragung 2010 umfassende Fragestellung zum Thema psychische und physische Gesundheit. Für eine proaktive Gesundheitskultur haben wir außerdem mit dem weltweiten Rollout eines einheitlichen Health & Safety-Managementsystems begonnen.

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Gesundheitsmanagement](#)

Arbeitsunfälle.

Arbeitsunfälle Telekom in Deutschland.

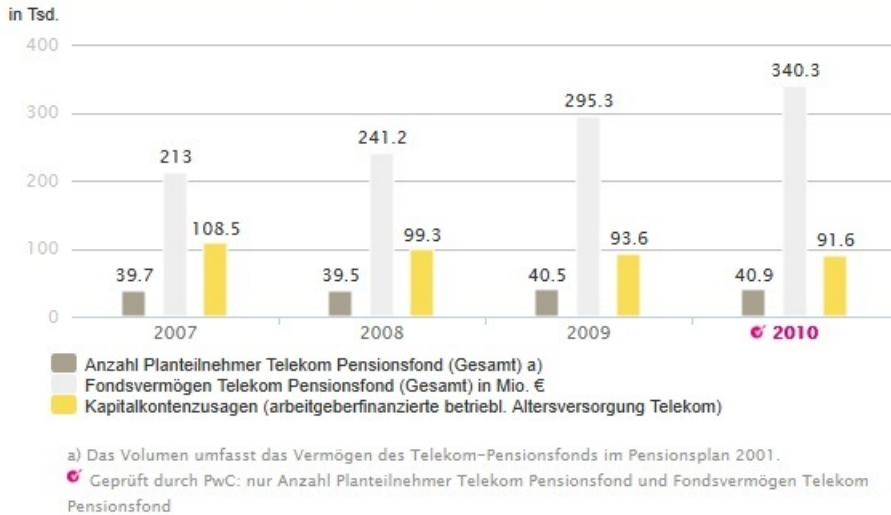


Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Gesundheitsmanagement](#)

Betriebliche Altersvorsorge.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern Deutschland.



Der Anstieg im Fondsvermögen ist (wie bereits in den Vorjahren) durch die Beitragszahlungen der zunehmenden Anzahl von Planteilnehmern begründet. Da sich der überwiegende Anteil der Planteilnehmer des Pensionsplans 2001 noch in der aktiven Phase und somit in der Phase des Aufbaus ihrer Altersversorgung befindet, wird der Anstieg auch in den nächsten Jahren anhalten.

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Vergütung](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Sozial > Ideenmanagement, Patente und Schutzrechte

Ideenmanagement, Patente und Schutzrechte.

genial@telekom. Modernes Ideenmanagement auf dem Vormarsch.			
	2008	2009	2010
Verbesserungsvorschläge	7 295	5 592	10 498
Einsparungen in Mio.	141	122	136
Patentanmeldungen	665	713	913

Bestand an Schutzrechten der Deutschen Telekom.				
	2007	2008	2009	2010
Schutzrechte	5.800	6.328	6.881	7.434

Zu den Gesamtschutzrechten zählen Erfindungen, Patentanmeldungen, Patente, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster. Der Bestand wird regelmäßig überprüft und um nicht mehr relevante Schutzrechte bereinigt. Gezielt berücksichtigen wir beim Management dieser Schutzrechte Kosten-Nutzen-Aspekten. (Quelle: Konzernlagebericht 2010, S. 103)

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)

Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

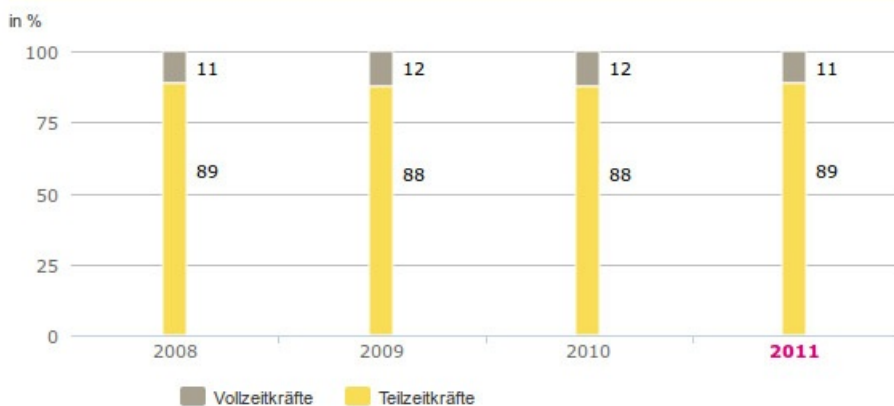
Startseite > Kennzahlen > Sozial > Mitarbeiterzahlen

Mitarbeiterzahlen.

Entwicklung der Mitarbeiterzahl.

Nach Geschäftsfeldern und Regionen, jeweils zum 31.12.	2007	2008	2009	2010
Europa	18 043	18 255	17 631	12 108
Mobilfunk USA	33 750	38 031	40 697	37 760
SEE	22 491	20 885	53 532	51 230
Germany	91 337	85 637	81 336	76 478
T-Systems	49 835	45 862	46 021	47 707
Konzernzentrale & Shared Services	25 970	19 077	20 703	21 494
Konzern gesamt	241 426	227 747	259 920	246 777

Anteil Mitarbeiter in Teilzeitbeschäftigung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Anteil Beamte Konzernbelegschaft Deutschland.

	2007	2008	2009	31.12.2010
Aktive Beamte	35 559	32 113	29 188	25 570
In sich beurlaubte Beamte (ISB)*	3 963	3 033	6 597	1 678
Beamte in Beteiligungsgesellschaften (BTG)	20 318	17 610	13 267	16 729
Summe Beamte	59 840	52 756	49 052	43 977
Arbeitnehmer Deutschland	89 098	78 957	78 435	79 197
Summe Beschäftigte Deutschland	148 938	131 713	127 487	123 174
Beamtenanteil Deutschland in %	40,2	40,1	38,5	35,7

* Beamte, deren Beamtenverhältnis ruht. Sie sind vorübergehend in ein außertarifliches Angestelltenverhältnis gewechselt.

Vivento Mitarbeiterzahlen.

Inkl. Geschäftsmodelle und Projekte, Stand: 31. Dezember 2010.	Anzahl FTE
Beschäftigte in Vivento	6 880
davon Bundesagentur für Arbeit und andere externe Beschäftigungen, insbesondere im öffentlichen Sektor	3 576
davon interne Call Center Unit inkl. Vivento Customer Services	2 674
davon konzerninterne Leih- und Zeitarbeit	357
davon Deutsche Telekom Direktvertrieb und Beratung	273
Stammkräfte und Betreuungspersonal inklusive Vivento Customer Services	824

Anzahl der Mitarbeiter, die 2010 über Vivento eine neue Beschäftigung gefunden haben	1 292
Anzahl der Mitarbeiter, die 2011 über Vivento eine neue Beschäftigung finden sollen	870
Zugänge Mitarbeiter zu Vivento seit Gründung	47 005
Vivento verlassen seit Gründung	38 059

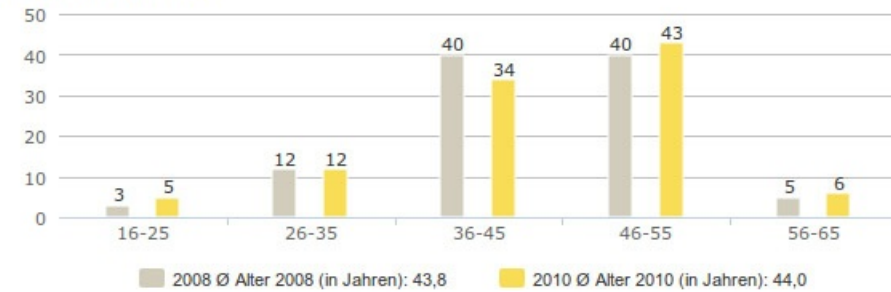
Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Personal- und Organisationsumbau](#)

Altersstruktur.

Altersstruktur der Telekom in Deutschland.

Vergleich 2008/2010, in %



Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Diversity](#)

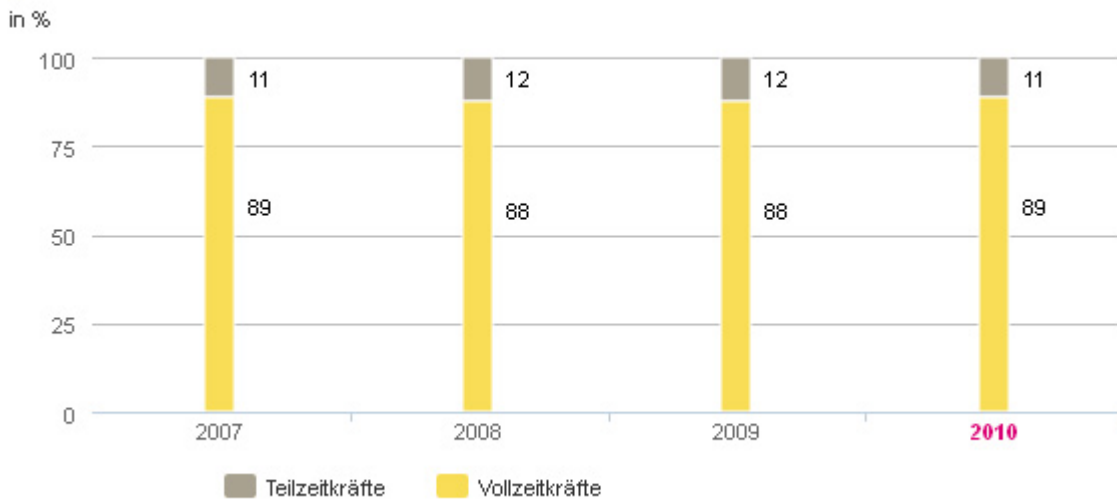
Corporate Responsibility Bericht 2010/2011



Startseite > Kennzahlen > Sozial > Mitarbeiter in Teilzeit

Mitarbeiter in Teilzeit.

Anteil Mitarbeiter in Teilzeitbeschäftigung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Der Anteil an Beschäftigten in Teilzeit liegt bei etwa 11 %.

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)

© Deutsche Telekom, 2011

Menschen mit Behinderungen.

Konzern Deutsche Telekom in Deutschland, Anteil in %.	2007	2008	2009	2010
T-Home	7,0	7,0	*	*
T-Mobile	3,3	2,6	*	*
T-Systems	3,8	4,3	3,6	3,7
Konzernzentrale & Shared Services	8,3	8,1	7,7	7,9
Konzern gesamt in Deutschland	6,2	6,3	6,0	6,2
Germany	*	*	6,3	6,6
Europa	*	*	1,2	1,6

*Wegen der Neustrukturierung sind die Vergangenheitswerte je Segment nicht vergleichbar.

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)

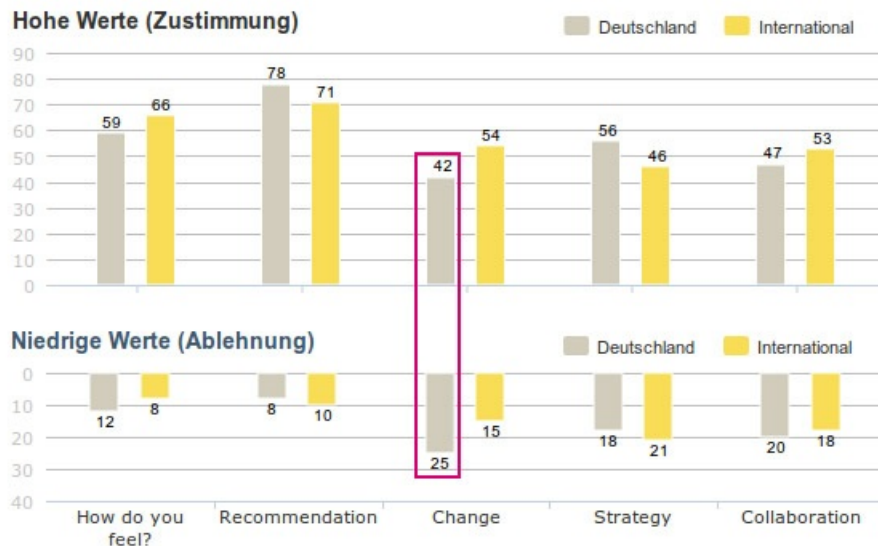
Corporate Responsibility Bericht 2010/2011

Startseite > Kennzahlen > Sozial > Puls-Befragung

Puls-Befragung.

Puls-Check.

in %



- 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:** How do you feel? = Wie fühlen Sie sich im Unternehmen?
- Recommendation = Empfehlen Sie Produkte und Services privat weiter?
- Change = Können Sie die Veränderungen im Unternehmen nachvollziehen?
- Strategy = Ich kann anderen die Strategie erklären.
- Collaboration = Ich erlebe, dass wir im Interesse des Konzernserfolgs partnerschaftlich zusammenarbeiten

Mehr zum Thema:

- [Beschäftigte](#)
- [Mitarbeiterbefragung 2010](#)