

Soziales

88 Soziales Engagement

91 Digitale Teilhabe

99 Aktivitäten zur Förderung der digitalen Gesellschaft

103 Digitale Werte

107 Ehrenamtliches und finanzielles Engagement

112 Mitarbeitende

116 Unternehmenskultur und Inklusion

119 Mitarbeitenden-Entwicklung

Soziales Engagement: Überblick und Erfolgsmessung

Alle Menschen sollen gleichberechtigt an der Informations- und Wissensgesellschaft teilhaben können – und wir bei der Deutschen Telekom wollen unseren Beitrag dazu leisten. Wir entwickeln Produkte mit Fokus auf digitale Teilhabe und setzen uns mit verschiedenen Projekten und Initiativen für Medienkompetenz und ein besseres Miteinander im Netz ein. Außerdem fördern wir das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeitenden und unterstützen gemeinnützige Organisationen in den Bereichen Bildung, Wissenschaft, Kultur und Sport durch Spenden und ehrenamtliches Engagement.

Unsere Schwerpunkte

Fokusthema digitale Gesellschaft

Das Internet bietet uns unendliche Möglichkeiten: Informationen suchen, mit Freund*innen und Familie kommunizieren, einkaufen, arbeiten und uns unterhalten (lassen). Viele digitale Anwendungen sind heute unverzichtbar. Trotzdem gibt es immer noch Menschen, die nicht uneingeschränkt an der digitalen Welt teilhaben können. Wir setzen uns dafür ein, ihnen den Zugang zur digitalen Gesellschaft zu ermöglichen.



Gleichzeitig begegnen wir der Herausforderung, dass das Internet zunehmend für die Verbreitung von Hass und Desinformation genutzt wird. Mit verschiedenen Initiativen fördern wir daher ein faires und respektvolles Miteinander in der digitalen Gesellschaft: gegen Meinungsmanipulation, Ausgrenzung und Hass im Netz und für Werte wie Gleichberechtigung, Toleranz, Chancengerechtigkeit, Vielfalt und gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Im Berichtsjahr haben wir unseren strategischen Ansatz für die Förderung digitaler Teilhabe überarbeitet und ihn an aktuelle gesellschaftliche sowie technologische Entwicklungen angepasst.

Weitere Informationen finden Sie unter [Digitale Teilhabe](#) und [Digitale Werte](#) hier im CR-Bericht.

Fokusthema Umwelt



Die Förderung von Klima- und Umweltschutz ist Teil unserer CR-Strategie – und auch ein Fokusthema unseres sozialen Engagements. Einige Beispiele: das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeitenden-Netzwerke etwa zur Stärkung der Kreislaufwirtschaft, die finanzielle Unterstützung von Umweltorganisationen und Mitgliedsbeiträge an Stiftungen für den Klimaschutz. Weitere Informationen zum Engagement unserer Mitarbeitenden finden Sie unter [Mitarbeiterinitiativen](#).

Weiteres ehrenamtliches & finanzielles Engagement



Neben unseren Fokusthemen unterstützen wir auch andere Initiativen mit unterschiedlichen Schwerpunkten. Beispielsweise fördern wir gemeinnützige und ökologische Zwecke durch Spenden an Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder durch das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeitenden. In akuten Krisensituationen, z. B. bei Umweltkatastrophen, handeln wir sofort – insbesondere in den Regionen, in denen die Telekom selbst aktiv ist.

Weitere Informationen finden Sie unter [Ehrenamtliches und finanzielles Engagement](#) in diesem CR-Bericht.

Erfolgsmessung: KPIs „Community Contribution“ und „Beneficiaries“

Unser gesamtes soziales Engagement messen wir seit 2015 anhand der zwei KPIs „Community Contribution“ (vormals: „Community Investment“) und „Beneficiaries“. Zum sozialen Engagement zählen alle freiwilligen und gemeinwohlorientierten Aktivitäten, die wir selbst, unsere Mitarbeitenden oder Partner über das Kerngeschäft hinaus umsetzen. Nicht umfasst sind Aktivitäten ohne gemeinnützige Motivation, rein wirtschaftliche Maßnahmen oder gesetzlich bzw. vertraglich verpflichtende Leistungen.

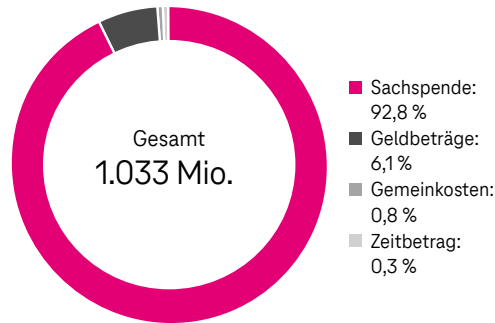
Bei der Berechnung orientieren wir uns an der Methodik des Business for Societal Impact (B4SI) mit den Aspekten „Input“ (Aufwand/ Engagement) und „Impact“ (Veränderung). Beim KPI „Community Contribution“ handelt es sich um den „Input“, während der KPI „Beneficiaries“ den „Impact“ darstellt.

„Community Contribution“

Der KPI „Community Contribution“ bildet das finanziell, personell und in Sachmitteln geleistete Engagement der Telekom ab. Er umfasst Sachspenden, Geldbeiträge, Gemeinkosten und Zeitbeiträge. Zeitbeiträge ermitteln wir über die Freiwilligenstunden unserer Mitarbeitenden, die im Rahmen unseres [Corporate Volunteering](#) innerhalb der Arbeitszeit erbracht wurden (monetarisiert auf Basis eines durchschnittlichen Stundenlohns). Sachleistungen bewerten wir anhand des entgangenen Umsatzes.

KPI „Community Contribution“ (Input Split)

in €



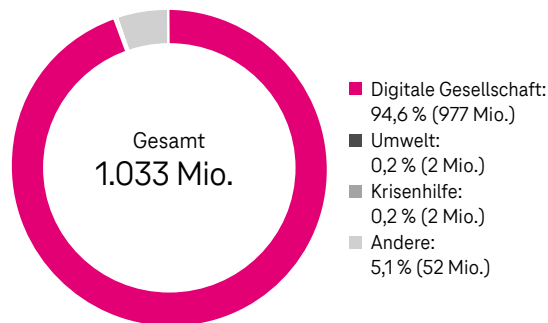
Die Daten beruhen teilweise auf Schätzungen, Annahmen und Hochrechnungen. Sofern Angaben nicht fristgerecht vorliegen, werden Hochrechnungen auf Jahresendwerte vorgenommen. Die Werte sind teilweise gerundet.

Im Jahr 2025 haben wir uns mit 94,6 % (977 Mio. €) unseres Engagements auf den Bereich „Digitale Gesellschaft“ fokussiert. Dazu zählen Aktivitäten, die den Zugang zu digitalen Technologien verbessern, ihre Bezahlbarkeit erhöhen oder digitale Kompetenzen erhöhen – etwa die Bereitstellung vergünstigter Geräte, Sozialtarife sowie Programme zur sicheren und verantwortungsvollen Nutzung von Technologie.

Weitere 0,2 % haben auf den Bereich „Umwelt“, 0,2 % auf den Bereich „Krisenhilfe“ und 5,1 % auf andere Themen eingezahlt.

KPI „Community Contribution“

in €



Die Daten beruhen teilweise auf Schätzungen, Annahmen und Hochrechnungen. Sofern Angaben nicht fristgerecht vorliegen, werden Hochrechnungen auf Jahresendwerte vorgenommen. Die Werte sind teilweise gerundet.

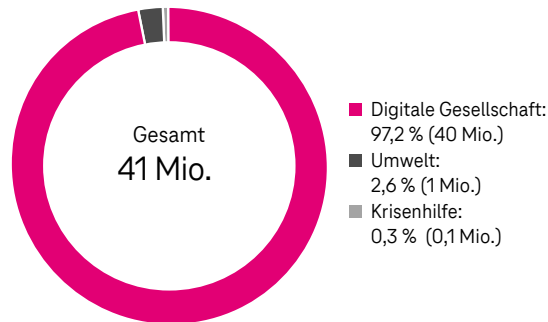
„Beneficiaries“

Der KPI „Beneficiaries“ zeigt die Anzahl der Personen an, die von unserem Engagement profitieren, sowohl im Bereich der digitalen Gesellschaft als auch bei Umwelt- und Krisenhilfemaßnahmen. Unsere Aktivitäten primär aus dem Bereich der digitalen Teilhabe ermöglichen den Beneficiaries beispielsweise, neue Fähigkeiten zu erlernen, Einstellungen oder Verhalten zu verändern oder ihren Alltag zu verbessern. Neben den direkten Beneficiaries berücksichtigen wir auch indirekte Beneficiaries nach einem festen Schlüssel; das ist z. B. bei einem Multiplikatorenkonzept der Fall (wenn eine Person ihr Wissen an viele andere weitergibt), oder wenn ein vergünstigter Anschluss von mehreren Personen genutzt wird.

Im Jahr 2025 haben rund 41 Millionen Menschen von unseren Maßnahmen profitiert (2024: 38 Mio.).

KPI „Beneficiaries“

Anzahl Personen



Die Daten beruhen teilweise auf Schätzungen, Annahmen und Hochrechnungen. Annahmen betreffen insbesondere die Berücksichtigung indirekter Beneficiaries; die konkrete Herleitung kann je nach Maßnahme und Datenverfügbarkeit variieren. Sofern Angaben nicht fristgerecht vorliegen, werden Hochrechnungen auf Jahresendwerte vorgenommen. Die Werte sind teilweise gerundet.

Unser Ziel ist es, dass kumuliert im Zeitraum zwischen 2024 und 2027 mehr als 80 Millionen Personen von unserem Engagement zur Förderung der digitalen Gesellschaft profitieren. Weitere Informationen dazu finden Sie unter [Digitale Teilhabe](#) hier im CR-Bericht.

Ein Blick nach vorn

Soziales Engagement ist seit dem Start der Deutschen Telekom vor über 30 Jahren ein zentraler Pfeiler der unternehmerischen Verantwortung. In Zukunft wollen wir noch stärker dort ansetzen, wo wir mit unseren Produkten, Services und Kernkompetenzen gesellschaftliche Wirkung entfalten können, um einen Beitrag zu positiven Veränderungen in der Gesellschaft zu leisten. Unser Anspruch bleibt: Wir geben uns erst zufrieden, wenn alle dabei sind.

Digitale Teilhabe: Spaltung überwinden

Die digitale Welt verändert sich in immer schnellerem Tempo – aktuell vor allem getrieben durch rasante Fortschritte bei der Entwicklung von Künstlicher Intelligenz (KI). Zugleich hängt unser persönliches, wirtschaftliches und soziales Wohlergehen stark von digitaler Teilhabe ab. Vor diesem Hintergrund setzt sich die Deutsche Telekom dafür ein, Barrieren abzubauen und den Zugang zur digitalen Welt zu erleichtern. Wir investieren massiv in die Weiterentwicklung digitaler Infrastrukturen, achten darauf, dass wir auch erschwingliche Services anbieten, und setzen Maßnahmen zur Stärkung des kompetenten Umgangs mit digitalen Medien um.

Ausführlich behandeln wir das Thema „Digitale Teilhabe“ auch in der geprüften [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#). Eng verknüpft mit dem Thema ist auch unser Engagement für ein besseres Miteinander im Netz, das wir hier im CR-Bericht unter [Digitale Werte](#) schildern.





Erreichte Meilensteine, laufende Projekte und Ziele

Mehr als 80 Millionen – so viele Menschen sollen zwischen 2024 und 2027 konzernweit kumuliert von unserem Engagement zur Förderung der digitalen Gesellschaft profitieren: Als sogenannte Beneficiaries erlernen sie etwa neue Fähigkeiten oder passen ihre Einstellungen oder ihr Verhalten an. Auch vulnerable und benachteiligte Gruppen werden dabei berücksichtigt. Zu unseren Beneficiaries im Bereich digitale Gesellschaft gehören u. a. Personen, die unsere Medienkompetenz-Plattformen nutzen, Teilnehmende von Workshops sowie Nutzer*innen von kostenfreien telefonischen Beratungsangeboten und vergünstigten Tarifen (inklusive der Haushaltsangehörigen). Unseren Fortschritt messen wir mit dem KPI „Beneficiaries – Digital Society“. Im Berichtsjahr 2025 haben wir rund 40 Millionen Menschen mit unseren Maßnahmen erreicht.

Wo wir herkommen

- 2007** ✓ Verstärkter Fokus auf die Förderung der Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft in unserem sozialen Engagement.
- 2008** ✓ Start der EU-Initiative „Teachtoday“ in vielen europäischen Ländern, gemeinsam mit führenden Telekommunikationsunternehmen sowie dem European Schoolnet (EUN).
- 2014** ✓ Die Deutsche Telekom AG hat die Initiative „Teachtoday“ übernommen und führt sie seitdem eigenständig weiter.
- 2015** ✓ Erstmalige Messung des sozialen Engagements anhand zweier KPIs: „Community Investment“ (heute „Community Contribution“) und „Beneficiaries“.
- 2019** ✓ Bündelung unserer Maßnahmen zur Förderung digitaler Teilhabe unter den Aspekten „Access, Affordability, Ability“.
- 2022** ✓ Das Engagement für eine digitale Gesellschaft, die auf unseren demokratischen Grundwerten beruht und allen Menschen eine sichere, kompetente und souveräne Teilhabe ermöglicht, legten wir bei der Weiterentwicklung unserer CR-Strategie als einen von vier Schwerpunkten fest. Weitere Informationen finden Sie unter [CR-Strategie](#).
- 2023** ✓ Wir haben unsere Leitlinie „Design für Alle“ erarbeitet: Sie soll unseren Mitarbeitenden Orientierung geben, damit sie Produkte und Dienstleistungen möglichst diskriminierungs- und barrierefrei gestalten können.
- 2024** ✓ Mit dem Start von „Teachtoday International“ haben wir unsere konzernweiten Medienkompetenz-Maßnahmen auf einer Plattform gebündelt.

Wo wir im Berichtsjahr stehen

- 2025**  Wir überarbeiten unseren strategischen Ansatz für die Förderung digitaler Teilhabe und richten ihn an aktuellen gesellschaftlichen und technologischen Entwicklungen aus.
 - 2025**  Wir führen die KI-Smartphones T Phone 3 und T Phone 3 Pro ein und wollen so KI durch vergleichsweise erschwingliche Geräte für eine breite Zielgruppe zugänglich machen.
 - 2025**  Wir erweitern „Teachtoday“ um detaillierte Informationsmaterialien für Eltern und Erziehungsberechtigte, darunter ein Medienkompetenz-Test für Kinder, Jugendliche und Eltern.
- Wo wir hinwollen**
- 2027**  Wir wollen von 2024 bis 2027 konzernweit kumuliert über 80 Millionen Menschen im Bereich „Digital Society“ erreichen.

Unser Ansatz für digitale Teilhabe

Damit alle Menschen gleichberechtigt an der vernetzten Gesellschaft teilhaben können, fördern wir mit unseren Aktivitäten besonders drei Dimensionen:



Access/Zugang

Um technischen Zugang zu ermöglichen, bauen wir unser Netz stetig aus. Dabei kooperieren wir auch mit Partnern – insbesondere in entlegenen Gebieten. Darüber hinaus treiben wir die Entwicklung von Technik und Produkten für verschiedene Zielgruppen voran. Unsere Leitlinie „Design für Alle“ soll dabei Orientierung für eine möglichst barrierearme und diskriminierungsfreie Gestaltung geben.



Affordability/Bezahlbarkeit

Bezahlbarkeit, wo es darauf ankommt: Dafür setzen wir uns mit Produkten und Diensten ein, z. B. Spezialtarifen für Schulen, erschwinglichen Geräten sowie reduzierten Grundgebühren für verschiedene Zielgruppen.



Ability/Medienkompetenz

Wir unterstützen Menschen dabei, sich im Netz sicher, kompetent und souverän zu bewegen. Dafür bieten wir kostenlose, leicht verständliche und unterhaltsame Materialien und Formate zu den vielfältigen Aspekten von Medienkompetenz an.

Access: Zugang durch Netzausbau

Unsere Investitionen in den Netzausbau sind entscheidend dafür, dass große Teile der Gesellschaft Zugang zu schnellem Internet haben.

Beim Ausbau des Mobilfunknetzes konzentrieren wir uns auf die Versorgung mit 5G, dem derzeit leistungsfähigsten Standard. Im Festnetz treiben wir den Glasfaserausbau voran, um unseren Kund*innen eine verlässliche Anbindung mit Gigabitgeschwindigkeit zu ermöglichen. Beim FTTH-Ausbau (Fiber to the Home) führen wir Glasfaserleitungen direkt bis in die Haushalte. So wollen wir Versorgungslücken insbesondere im ländlichen Raum schließen, während wir in Ballungsräumen bedarfsgerecht ausbauen. Ergänzend bieten wir hybride Lösungen an, etwa durch die Kombination von Festnetz und Mobilfunk.

Unsere hohe Netzqualität wird seit vielen Jahren in unabhängigen Tests und Auszeichnungen bestätigt. Weitere Informationen finden Sie unter [CR-Strategie](#) in diesem CR-Bericht.



Access: KI-gestützter Schutz der kritischen Infrastruktur

Cyberangriffe, Systemausfälle oder unentdeckte Schwachstellen können in hochvernetzten Bereichen der kritischen Infrastruktur – etwa im Gesundheitswesen – erhebliche Folgen haben. Um Risiken frühzeitig zu erkennen und auch in Krisensituationen handlungsfähig zu bleiben, haben Telekom MMS und das Universitätsklinikum Bonn ein KI-gestütztes Echtzeit-Lagebild entwickelt. Die Lösung überwacht sensible IT-Umgebungen kontinuierlich und sagt potenzielle Fehlentwicklungen voraus, bevor sie eskalieren. Langfristig soll die Lösung im Krankenhausbetrieb produktiv eingesetzt werden; der Ansatz lässt sich auch auf weitere Bereiche wie Energie-, Wasser- oder Verkehrsnetze übertragen.

Darüber hinaus nutzt die Deutsche Telekom KI-basierte Netzintelligenz, um Störungen im Netz zu erkennen und zu beheben, bevor sie sich auf Kund*innen auswirken.

Access: Design für Alle

Wir achten bei der Entwicklung von Produkten, Services und weiteren Angeboten darauf, die größtmögliche Bandbreite an menschlicher Vielfalt zu berücksichtigen – neben unterschiedlichen körperlichen und geistigen Fähigkeiten gehören dazu weitere Vielfaltsdimensionen wie Alter, Geschlecht oder ethnische Herkunft. Den Rahmen dafür gibt unsere Leitlinie „Design für Alle“ vor. Unser Anspruch: eine inklusive Umgebung zu schaffen, die mehr Menschen einbezieht und möglichst niemanden ausgrenzt – auch über gesetzliche Anforderungen an Barrierefreiheit hinaus. So bieten wir Teile unserer Website in Leichter Sprache an. Ein weiteres Beispiel hierfür ist ein Angebot von Magyar Telekom für Kund*innen, die eine reizreduzierte Umgebung bevorzugen oder benötigen: Die ungarische Landesgesellschaft hat im Berichtsjahr in allen Shops eine monatliche „stille Stunde“ eingeführt. Durch weniger akustische und visuelle Reize sollen insbesondere neurodivergente Kund*innen unsere Services barriereärmer nutzen können.

Unsere jüngsten Fortschritte

2025 haben wir unsere Produkte und digitalen Angebote auf Barrierefreiheit geprüft und weiterentwickelt. So haben wir zentrale Lösungen wie MagentaTV, unsere europaweiten Online-Shops und die europaweiten Kundenservice-Apps überarbeitet: etwa durch angepasste Kontraste, Schriftgrößen und Bedienfolgen. In Deutschland haben wir unsere Website um zusätzliche Informationen zur Barrierefreiheit ergänzt und einen neuen Prozess eingeführt, mit dem Nutzer*innen Barrieren einfacher melden können.

Barrieren reduzieren: Anwendungsbeispiele

Um Senior*innen die Teilhabe an der digitalen Gesellschaft zu erleichtern, bieten wir spezielle Technik und Produkte für sie an, etwa große Tasteneinstellungen, Notrufknöpfe und übersichtliche Displays.

Gehörlose und schwerhörige Menschen können spezielle Beratungsangebote nutzen, in Deutschland z. B. videobasierte Live-Chats in Gebärdensprache und Text-Chats in Einfacher Sprache. Außerdem bieten wir vergünstigte Mobilfunk- und Festnetz-Angebote an, die auf ihre Bedürfnisse zugeschnitten sind.

Mehr zum Thema „Design für Alle“ finden Sie in unserer geprüften [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#).

Affordability: digitale Teilhabe durch Bezahlbarkeit

Auch Bezahlbarkeit ist ein wichtiger Faktor, um digitale Teilhabe zu ermöglichen. Aus diesem Grund bieten wir verschiedene Produkte und Spezialtarife an.



Erschwingliche Geräte

Damit ein möglichst breiter Teil der Bevölkerung von unserem Ausbau der 5G-Netze profitieren kann, bieten wir bisher in zehn europäischen Ländern die 5G-Smartphones T Phone 3 und T Phone 3 Pro an. 2025 haben wir sie in dritter Generation als KI-Phones auf den Markt gebracht. In den USA sind gleichartige Produkte unter dem Namen REVVL erhältlich. Aus der gleichen Serie stammt das T Tablet 2, das ebenfalls in zehn Ländern in Europa und in den USA verfügbar ist. Die Modelle richten sich an eine breite Zielgruppe und stellen ausgewählte KI-Funktionen direkt auf dem Gerät bereit, darunter Assistenz- und Übersetzungsanwendungen.

Mit diesen vergleichsweise erschwinglichen Geräten wollen wir mehr Menschen einen Zugang zur digitalen Welt und zu KI ermöglichen.

Tarife für verschiedene Zielgruppen

Wir bieten konzernweit Sozial- und subventionierte Tarife an. Damit ermöglichen wir anspruchsberechtigten Nutzer*innen kostenloses oder vergünstigtes Telefonieren bzw. Surfen. Das Angebot unterscheidet sich von Land zu Land und wird jeweils unterschiedlich ausgestaltet.

Unsere Spezialtarife richten sich insbesondere an:

- Einkommensschwache Personen, alleinerziehende Eltern und Familien
- Menschen mit Behinderung
- Geflüchtete in Deutschland und den USA
- Menschen aus systemrelevanten Berufs- bzw. Gesellschaftsgruppen (z. B. Beschäftigte des Deutschen Roten Kreuzes oder der Feuerwehr in Deutschland)
- Schüler*innen, Studierende, Lehrkräfte, Schulträger und -bezirke
- Senior*innen
- Start-ups (im Rahmen von besonderen Programmen)

Schwerpunkt Bildung

Mit speziellen Tarifangeboten fördern wir die Vermittlung von digitalen Kompetenzen in Bildungseinrichtungen.

Im Rahmen der Initiative „Telekom@School“ bieten wir allen allgemein- und berufsbildenden Schulen in Deutschland Breitbandanschlüsse für pädagogische Zwecke an. Je nach Bandbreite erhalten Schulen die Anschlüsse kostenfrei oder deutlich preisreduziert. Im Berichtsjahr förderten wir die Initiative mit Dienstleistungen im Wert von etwa 10,3 Mio. €. Davon profitierten rund 6,6 Millionen Menschen.

Seit 2020 bieten wir Schulträgern in Deutschland außerdem eine Bildungsflatrate an, mit der Schüler*innen unbegrenzt Daten für Bildungsinhalte nutzen können. Die Förderung für diesen Bildungstarif betrug im Berichtsjahr rund 6,6 Mio. €. Davon profitierten etwa 138.000 Personen.



📍 Segment USA: erschwingliches Internet im Bildungsbereich

Mit dem 2020 gestarteten Programm „Project 10Million“ hat sich T-Mobile US dazu verpflichtet, bis zu 10 Millionen berechtigten Haushalten mit Schüler*innen der Primär- und Sekundarstufe in den USA einen kostenfreien Internet-Zugang sowie mobile Hotspots bereitzustellen. Darüber hinaus können Schulbezirke Datentarife zu vergünstigten Konditionen sowie Zugang zu erschwinglichen Laptops und Tablets erhalten.

Im Jahr 2025 hat T-Mobile US „Project 10Million“ weiter ausgebaut, um den sich wandelnden Anforderungen an die digitale Anbindung von Schüler*innen gerecht zu werden. Dazu gehörten die Bereitstellung von 5G-Hotspots für teilnehmende Haushalte, die Überarbeitung der Online-Antrags- und Support-Seiten zur Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit sowie die Einführung einer Kampagne. Im Rahmen dieser Kampagne sollen Familien dabei unterstützt werden, die Leistungen ab dem ersten Tag optimal zu nutzen.

Um noch mehr Schüler*innen zu erreichen, setzte T-Mobile US im Berichtsjahr außerdem die landesweite Partnerschaft mit Boys & Girls Clubs of America (BGCA) fort. Gemeinsam arbeiteten die Partner mit 28 Club-Organisationen an insgesamt 433 Standorten in 20 US-Bundesstaaten zusammen, um die Bekanntheit des Programms zu steigern und mehr Schülerhaushalte mit Internet-Zugang zu versorgen.

Seit Projektstart hat T-Mobile US mit „Project 10Million“

- fast 6,7 Millionen Schüler*innen mit dem Internet verbunden und
 - Sachleistungen in Form von Produkten und Dienstleistungen im Wert von 8,3 Mrd. US-\$ bereitgestellt (Stand: Ende 2025).
-

Ability: Medienkompetenz fördern

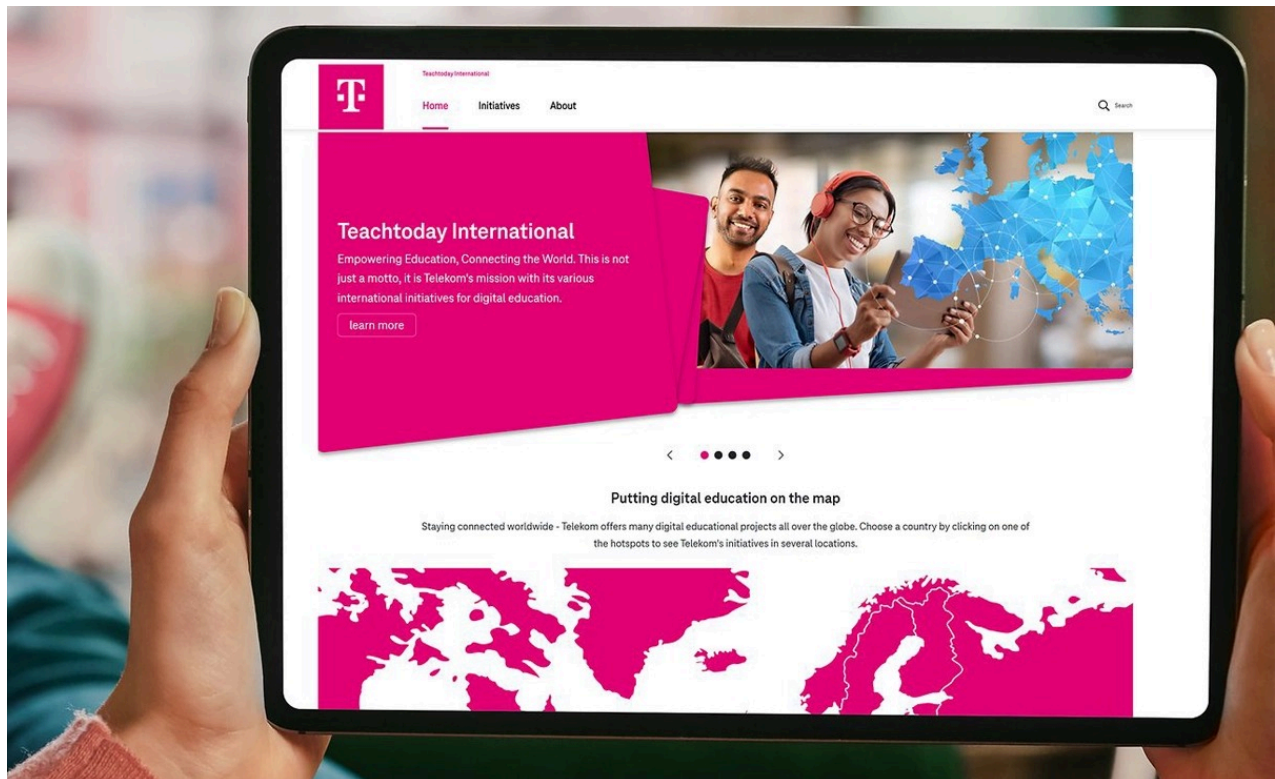
Medienkompetenz bedeutet, digitale Medien sicher und kompetent nutzen zu können. Dabei geht es nicht nur darum, grundlegende Fähigkeiten zur sicheren Benutzung zu erlernen – sondern auch, zu wissen, wie man seine Privatsphäre schützen oder mit Hass und Desinformation umgehen kann. Unsere Maßnahmen richten sich an viele verschiedene Zielgruppen, u. a. auch an vulnerable Gruppen, etwa Personen mit besonderen Unterstützungsbedarfen. Weitere Informationen zur Erfolgsmessung unserer wichtigsten Initiativen zur Förderung der digitalen Gesellschaft finden Sie [hier](#).

Auch die Aufklärung zu einem möglichst umweltschonenden Umgang mit Technologie gehört für uns zur Medienkompetenz: Wir wollen Menschen aufzeigen, wie sie digitale Lösungen clever einsetzen können, um ihren Treibhausgasausstoß zu reduzieren oder Ressourcen einzusparen. Ein Beispiel sind die [Teachtoday-Nachhaltigkeitsdetektive](#): In dieser Initiative für Kinder erklären wir in verschiedenen Videos, wie sie im Alltag etwa durch die Nutzung einer bestimmten Suchmaschine oder bewusstes Video-Streaming zu ökologischer Nachhaltigkeit beitragen können.

Die Teachtoday-Nachhaltigkeitsdetektive wurden im Berichtsjahr mit dem GreenUp-Siegel für nachhaltige Bildungsmedien ausgezeichnet. Weitere Informationen finden Sie unter [CR-Strategie](#) hier im CR-Bericht.

📍 [Teachtoday International](#) ↪

Die 2024 gestartete Plattform „[Teachtoday International](#)“ bietet einen Überblick über die konzernweiten Medienkompetenz-Initiativen der Deutschen Telekom. Die Plattform ist auf Englisch verfügbar.



Die wichtigsten Zielgruppen unserer Medienkompetenz-Angebote:

- **Kinder und Jugendliche:** Junge Menschen wachsen heutzutage in einer stark von digitalen Medien geprägten Umgebung auf. Es ist essenziell, dass sie lernen, sich selbstbewusst und gleichzeitig sicher im Netz zu bewegen. Wir wollen sie dabei unterstützen und fördern ihre Medienkompetenz mit zahlreichen Maßnahmen und Initiativen, die sich an junge Menschen und ihre erwachsenen Bezugspersonen richten: in Deutschland z. B. mit unserer Initiative „Teachtoday.de“ und dem interaktiven Kindermagazin „SCROLLER“. Auch unsere Mitarbeitenden engagieren sich in Corporate Communities für mehr Medienkompetenz unter Kindern und Jugendlichen. Unter [Ehrenamtliches und finanzielles Engagement](#) in diesem CR-Bericht finden Sie weitere Informationen.
- **Eltern:** Digitale Teilhabe von Kindern und Jugendlichen gelingt nur, wenn Eltern als wichtigste Bezugspersonen über ausreichende Medienkompetenz verfügen und ihren Kindern einen sicheren, kritischen Umgang mit digitalen Inhalten vermitteln können. Deshalb wollen wir Unsicherheiten bei Themen wie Desinformation, Cybermobbing oder altersgerechter Mediennutzung ausräumen und Eltern in ihrer Rolle als Begleiter*innen stärken, z. B. mit einem [Ratgeber](#) und einem Medienkompetenz-Test auf „Teachtoday.de“. Die ungarische Landesgesellschaft Magyar Telekom unterstützt Eltern seit 2023 auf der digitalen Plattform „Hello Parent“ dabei, ihren Kindern die digitale Welt altersgerecht näherzubringen.

Segment Europa: Elternratgeber für digitale Medienkompetenz (T-Mobile Czech Republic)

Mit einem gedruckten Elternratgeber und ergänzenden [Online-Inhalten](#) will T-Mobile Czech Republic Eltern dabei helfen, das Online-Leben ihrer Kinder besser zu verstehen, sie sicher zu begleiten und Gespräche über digitale Themen zu fördern. Der Fokus der aktiven elterlichen Begleitung liegt auf Online-Sicherheit und verantwortungsvoller Mediennutzung. Von diesem Angebot profitierten 2025 nahezu 450.000 Menschen.

-
- **Senior*innen:** Wir engagieren uns gemeinsam mit Partnerorganisationen und durch eigene Angebote dafür, die Medienkompetenz von Senior*innen zu stärken: So bieten wir Seminare und Workshops zum sicheren und selbstständigen Umgang mit digitalen Geräten an, beispielsweise in unseren Shops. Dies soll Senior*innen helfen, digitale Angebote – etwa Telemedizin und Gesundheits-Apps – besser zu nutzen, soziale Kontakte leichter zu pflegen und Einsamkeit im Alter vorzubeugen. Weitere Informationen zu aktuellen Aktivitäten für Senior*innen finden Sie [hier](#).

Exkurs: digitale Lösungen für das Gesundheitswesen

Eine gute medizinische Versorgung ist längst keine Selbstverständlichkeit. Fachkräftemangel, aufwendige bürokratische Prozesse und unzureichende Kommunikation stehen ihr oft im Weg. Wie können diese Hürden überwunden und bessere Verfügbarkeit, höhere Qualität und mehr Effizienz gewährleistet werden? Lösungen von T-Systems für das Gesundheitswesen sollen hier einen Beitrag leisten.

Das von T-Systems begleitete Start-up Fuse-AI entwickelt beispielsweise KI-basierte Anwendungen zur Unterstützung medizinischer Diagnosen. Sie sollen Radiolog*innen bei der Auswertung von MRT-Aufnahmen entlasten, die Diagnosequalität erhöhen und Kosten senken. Die Ergebnisse aus den KI-Analysen können Fachärzt*innen z. B. helfen, Auffälligkeiten wie potenzielle Krebserkrankungen zuverlässiger zu erkennen. Für die umfassenden Analysen greift Fuse-AI auf IT-Ressourcen aus der T Cloud Public von T-Systems zurück.

Erfolgsmessung 2025: KPIs „Community Contribution – Digital Society“ und „Beneficiaries – Digital Society“



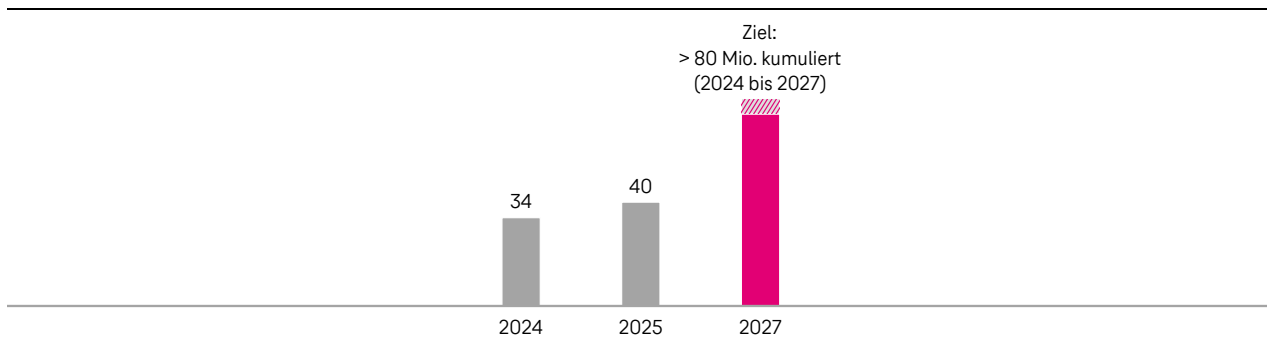
977 Mio. € unseres finanziellen, personellen und materiellen Engagements haben zur Förderung der digitalen Gesellschaft beigetragen (2024: 1.102 Mio. €).



Fast 40 Mio. Menschen haben direkt oder über Multiplikator*innen wie Eltern oder Pädagog*innen von unseren Maßnahmen zur Förderung der digitalen Gesellschaft profitiert (2024: rund 34 Mio.).

KPI „Beneficiaries – Digital Society“ (Ziel)

in Mio. Personen



Weiterführende Informationen zu unserer Erfolgsmessung finden Sie unter [Soziales Engagement](#) in diesem CR-Bericht.

Digitale Gesellschaft: Initiativen im Überblick



Eine Übersicht über unsere wichtigsten Initiativen zur Förderung der digitalen Gesellschaft finden Sie [hier](#).

Ein Blick nach vorn

Rund 40 Millionen Menschen haben 2025 von unserem Engagement zur Förderung der digitalen Gesellschaft profitiert. Damit sind wir unserem Ziel, zwischen 2024 und 2027 kumuliert mehr als 80 Millionen Menschen zu erreichen, einen großen Schritt nähergekommen. Auf Basis dieser Entwicklung erwarten wir, das Ziel voraussichtlich bereits im Jahr 2026 zu erreichen. Für das nächste Jahr haben wir uns vorgenommen, insbesondere Eltern dabei zu unterstützen, ihren Kindern ein sicheres digitales Umfeld zu ermöglichen.

Deep Dive für Expert*innen

Management & Rahmenwerke

- In unserem 2022 veröffentlichten „[Corporate Digital Responsibility@Deutsche Telekom](#)“-Rahmenwerk legen wir dar, was wir unter digitaler Verantwortung verstehen. Dabei stellen wir den Menschen in den Mittelpunkt. Als Querschnittsthema schafft Corporate Digital Responsibility (CDR) Mehrwert für verschiedene Bereiche und wird in bestehenden Strukturen aufgegriffen: z. B. mit Digitaler Teilhabe im Bereich Group Corporate Responsibility (GCR). Kern des CDR-Rahmenwerks ist unser „Haus der Digitalen Verantwortung“, bei dem sich alles um Technologie mit dem Menschen im Mittelpunkt dreht.
- Wir setzen uns dafür ein, Menschenrechte zu wahren und zu fördern – und berücksichtigen dabei die Verantwortlichkeiten, die sich aus dem technologischen Wandel und der Digitalisierung ergeben. In unserem [Menschenrechtskodex](#) betonen wir, dass unsere Technologien auf einem humanistischen Wertesystem basieren.
- Unsere [Leitlinien für Künstliche Intelligenz](#) (KI-Leitlinien) machen unseren Entwickler*innen und Designer*innen klare Vorgaben für den verantwortungsbewussten Umgang mit KI. Um auch in der Lieferkette eine Entwicklung von KI sicherzustellen, die unseren hohen ethischen Anforderungen genügt, haben wir die wesentlichen Inhalte der KI-Leitlinien in unserem „[Supplier Code of Conduct](#)“ verankert. Zudem haben wir den Leitfaden „[Professionsethik](#)“ für unsere Produktentwickler*innen bereitgestellt und unser zentrales Qualitätssicherungsverfahren um eine Prüfung der ethischen KI-Anforderungen erweitert.




Bewertung ökologischer und sozialer Auswirkungen

- Die Deutsche Telekom nutzt einen mehrstufigen Ansatz zur Wirkungsmessung („Impact Measurement“), um mögliche ökologische und soziale Auswirkungen ausgewählter Produkte, Services und digitaler Lösungen zu bestimmen. Der Prozess wurde 2023 extern validiert. Weitere Informationen finden Sie [hier](#).

Relevante Standards

- GSMA-INC-03 (Schulungsprogramme für digitale Kompetenzen)
- GSMA-INT-03 (Online-Sicherheitsmaßnahmen)

Weitere Informationsquellen zu digitaler Teilhabe

-  Wir gestalten die digitale Gesellschaft | Deutsche Telekom
-  Corporate Responsibility Reporting Hub von T-Mobile US
-  Leichte Sprache | Deutsche Telekom

Aktivitäten zur Förderung der digitalen Gesellschaft

Dies ist eine Übersicht unserer wichtigsten Initiativen zur Förderung der digitalen Gesellschaft. Da sich einige Werte überschneiden, haben wir sie nicht summiert. Eine Gesamtdarstellung der Summe findet sich bei den KPIs „Community Contribution – Digital Society“ und „Beneficiaries – Digital Society“ unter [Digitale Teilhabe](#) hier im CR-Bericht.

Kinder, Jugendliche und Eltern

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
Teachtoday und SCROLLER	Deutsche Telekom ohne T-Mobile US	Das Online-Angebot „Teachtoday.de“ unterstützt Familien sowie pädagogische Fachkräfte in verschiedenen Sprachen mit praxisnahen Tipps und Materialien zur sicheren Mediennutzung. In Deutschland vermittelt das digitale Kindermedienmagazin „SCROLLER“ Kindern von neun bis zwölf Jahren mit zahlreichen interaktiven Angeboten Medienkompetenz.	433,3 Tsd.	12,6 Mio.
MINT Zukunft schaffen!	Deutsche Telekom in Deutschland	Unter dem Motto „MINT Zukunft schaffen“ arbeiten wir mit dem Verein „MINT Zukunft e. V.“ zusammen, um den Unterricht und die Lehre in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften, Technik) an Schulen und Hochschulen zu verbessern. Zudem fördern wir die Digitalisierung der Schulbildung.	4,5 Tsd.	1,8 Mio.
DIGITAL@School	Deutsche Telekom in Deutschland	„DIGITAL@School“ ist eine Corporate Community der Deutschen Telekom, die Kinder befähigen soll, das digitale Zeitalter selbstbestimmt mitzugestalten. Engagierte Mitarbeitende bringen ihnen einen verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien näher und nutzen dabei Materialien der „Teachtoday“-Toolbox. Außerdem können die Kinder etwas über MINT-Fächer lernen und an Programmier-Workshops von unseren Beschäftigten teilnehmen.	666,9 Tsd.	10,6 Tsd.
T-Labs & T-Challenge	Deutsche Telekom in Deutschland	In Kooperation mit internationalen Universitäten wollen wir über das Forschungs- und Entwicklungsinstitut T-Labs den Zugang zu wissenschaftlicher Innovation erleichtern. Wir finanzieren Stiftungslehrstühle und tragen mit lokalen Aktionen und Veranstaltungen zur Nachwuchsförderung in den MINT-Fächern bei.	2,6 Mio.	10 Tsd.
Telekom@School	Segment Deutschland	Seit 2000 bietet das Segment Deutschland mit dem Projekt „Telekom@School“ allen allgemein- und berufsbildenden Schulen bundesweit Internet-Zugänge für pädagogische Zwecke an, kostenfrei oder zu einem deutlich reduzierten Preis.	10,9 Mio.	6,6 Mio.
Bildungstarif	Segment Deutschland	Mit diesem Tarif können Schüler*innen mobil auf digitale Lerninhalte zugreifen, Hausaufgaben versenden oder im Homeschooling an Videochats teilnehmen. Das Angebot kann auch für Schulen als temporärer Ersatz für eine interne Internet-Verbindung dienen. Die Bereitstellung ist kostenlos und das Datenvolumen unbegrenzt.	6,6 Mio.	137,6 Tsd.
Smart School und erlebe IT	Segment Deutschland	Das Segment Deutschland unterstützt verschiedene Initiativen des Digitalverbands Bitkom e. V. Die Initiative „Smart School“ fördert zeitgemäße Bildung und die digitale Transformation an Schulen. Jährlich werden Schulen als „Smart School“ ausgezeichnet, die Vorreiter der digitalen Bildung sind. Mit „erlebe IT“ stärkt der Verband seit 2009 digitale Kompetenzen an Schulen durch interaktive Unterrichtsmaterialien.	53,1 Tsd.	210,8 Tsd.
AwareNessi – das fantastische Security Activity Book	Segment Deutschland	„AwareNessi“ ist ein digitales Magazin der Deutschen Telekom Security GmbH, das Kinder und Erwachsene spielerisch für Gefahren im Internet sensibilisiert. Die regelmäßig erscheinenden Ausgaben sind mehrsprachig verfügbar und behandeln aktuelle Themen der Informationssicherheit.	56,9 Tsd.	–
Project 10Million	Segment USA	Seit 2020 stellt T-Mobile US im Rahmen des Programms „Project 10Million“ Schüler*innen kostenlose oder kostengünstige Dienste und Geräte zur Verfügung.	– ^a	6,7 Mio. ^b
Telekom 4 the University of Montenegro	Segment Europa	Crnogorski Telekom stellt der Universität Montenegro einen kostenlosen 1-Gbit/s-Internet-Zugang zur Verfügung. Dadurch können alle Mitarbeitenden und Studierenden Teil eines größeren Wissenschaftsnetzwerks werden und Daten sowie Informationen austauschen.	143 Tsd.	150
Tools for Modern Times	Segment Europa	„Tools for Modern Times“ ist ein Programm für ein sicheres Verhalten von Kindern im Internet von Hrvatski Telekom und der Fakultät für Erziehungs- und Rehabilitationswissenschaften der Universität Zagreb.	64,3 Tsd.	4,1 Tsd.
Hello Parent	Segment Europa	„Hello Parent“ (Hello Szülő) ist eine Plattform von Magyar Telekom für Familien. Gestartet im Jahr 2023, unterstützt sie Eltern bei der Orientierung in der digitalen Welt. Die Website bietet Artikel, Interviews, Podcasts, Videos, Downloads, Tipps von Fachleuten und Online-Spiele. Neben der Website gibt es Social-Media-Communitys und eine Veranstaltungsreihe zu verschiedenen Erziehungsthemen.	481,8 Tsd.	1,4 Mio.

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
EDUINO School Platform Support	Segment Europa	In Nordmazedonien unterstützt Makedonski Telekom gemeinsam mit UNICEF die digitale Bildungsplattform „EDUINO“. Diese basiert auf Crowdsourcing und ist kostenfrei nutzbar.	9,5 Tsd.	32 Tsd.
Wise up	Segment Europa	„Wise up“ (Zmudri) ist eine von der Slovak Telekom geförderte Medienplattform von und für junge Menschen. Die Inhalte konzentrieren sich u. a. auf die Auswirkungen digitaler Technologien auf die Beziehungen junger Menschen.	40 Tsd.	14,9 Tsd.
#HejtOutLoveIn	Segment Europa	T-Mobile Polska hat gemeinsam mit der Stiftung Sexed.pl eine Aufklärungskampagne gegen Hass im Netz gestartet. „HejtOutLoveIn“ stattet die junge Generation mit Werkzeugen und Wissen aus, um Hass entgegenzuwirken und einen Fokus auf positives Feedback zu legen – online wie offline.	403,3 Tsd.	652,6 Tsd.
ConnectedKids	Segment Europa	In Österreich sorgt Magenta Telekom mit „ConnectedKids“ seit 2013 für mehr Digitalkompetenz im Klassenzimmer: Das Angebot umfasst kostenfreie digitale Workshops, Technik wie Tablets und mobiles Internet sowie pädagogische Expertise.	90,2 Tsd.	78,3 Tsd.
Nationale MINT- & Robotics-Ausbildung	Segment Europa	In Griechenland hat die NGO für Bildungsrobotik und Wissenschaft WRO Hellas in Zusammenarbeit mit der OTE Group erneut den Wettbewerb „National STEM & Educational Robotics“ ausgerichtet. Im Finale des Wettbewerbs präsentierten Schüler*innen aus Grund- und weiterführenden Schulen Automatisierungs- und Technologielösungen für eine menschen- und umweltfreundliche Smart City.	69,2 Tsd.	48,7 Tsd.
No Hate Speech Youth	Segment Europa	In Nordmazedonien unterstützt Makedonski Telekom gemeinsam mit UNICEF die Jugendbewegung „NetWithoutHate“, die von jungen Menschen getragen wird und durch Aufklärungsarbeit, Formate der gemeinsamen Gestaltung, Kampagnen und konkrete Aktionen Hass im Netz adressiert.	105,4 Tsd.	1,1 Tsd.
Graduates of Bullying	Segment Europa	In der Slowakei bietet Slovak Telekom mit „Graduates of Bullying“ (Absolventi šikany) Unterstützungsangebote gegen Cybermobbing unter Schüler*innen – von verständlich aufbereiteten Informationen bis hin zu psychologischer Unterstützung.	40 Tsd.	48,7 Tsd.
Parental Guide	Segment Europa	T-Mobile Czech Republic unterstützt Eltern mit einem gedruckten Ratgeber und ergänzenden Online-Inhalten dabei, das digitale Leben ihrer Kinder besser zu verstehen und sie sicher sowie verantwortungsvoll zu begleiten.	18,8 Tsd.	448,5 Tsd.
Connected Schools	Segment Europa	In Griechenland stellt die OTE Group mit „Connected Schools“ landesweit 574 abgelegenen Schulen Hochgeschwindigkeits-Internet-Verbindungen zur Verfügung und ergänzt die Anbindung jeweils durch die Bereitstellung eines T Tablet.	1,2 Mio.	23,6 Tsd.
Child Alert	Segment Europa	„Child Alert“ ist ein von der polnischen Polizei ausgelöstes Warnsystem, das T-Mobile Polska durch Informations- und Social-Media-Maßnahmen begleitet; Kund*innen können sich freiwillig für Foto-Warmmeldungen per MMS registrieren, um bei kritischen Vermisstenfällen informiert zu werden.	37 Tsd.	68,8 Tsd.
Magenta Life – Schools of Tomorrow	Segment Systemgeschäft	In der Slowakei fördert die Deutsche Telekom IT Solutions Slovakia mit „Magenta Life – Schools of Tomorrow“ seit 2014 die Medienkompetenz von Grundschüler*innen. Das Ziel ist es, einen verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien zu fördern sowie Cybermobbing und Desinformation im Internet zu verhindern.	16,9 Tsd.	2,7 Tsd.

^a Wert wird nicht auf Projektebene veröffentlicht.

^b Wert seit Programmstart.

Senior*innen

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
Telekom Akademie	Segment Deutschland	Die seit 2022 bestehende Telekom Senioren-Akademie erleichtert älteren Menschen z. B. mit Workshops den Einstieg in die digitale Welt und unterstützt sie beim Umgang mit digitalen Geräten wie Tablets.	– ^a	2,7 Tsd.
Netzwerk der Generationen	Segment Europa	In Polen fördert T-Mobile Polska mit der Initiative „Netzwerk der Generationen“ die digitale Teilhabe von Senior*innen, z. B. durch die Ausstattung von Senioreneinrichtungen mit Laptops sowie die Bereitstellung kostenloser Videokurse und anderer Schulungsmaterialien.	42,9 Tsd.	9,1 Tsd.
Kurse zur Förderung der Medienkompetenz in Seniorencentren	Segment Europa	In Tschechien unterstützten ehrenamtlich tätige Mitarbeitende von T-Mobile Czech Republic Kurse zur Förderung der Medienkompetenz von Senior*innen. Dabei behandeln sie Themen wie den Umgang mit Smartphones und Apps sowie Cybersicherheit.	30,5 Tsd.	16 Tsd.

^a Wert wird nicht auf Projektebene veröffentlicht.

Zivilgesellschaft und Nichtregierungsorganisationen (NGOs)

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
Gegen Hass im Netz, Medienkompetenz-Workshops inkl. Teachtoday, SCROLLER, Heute retten wir die Welt! Ein bisschen. und FIFA Fairplay Guide	Deutsche Telekom ohne T-Mobile US	Mit der Initiative „Gegen Hass im Netz“ setzen wir uns gemeinsam mit vielen Partnern für ein respektvolles Miteinander im Internet ein. Unsere Maßnahmen zielen darauf ab, die Gesellschaft zu sensibilisieren und zu befähigen, demokratische Grundwerte im Netz zu leben und zu verteidigen. Multiplikator*innen stellen wir Trainingsmaterial zur Verfügung, z. B. auf der Plattform „Teachtoday.de“.	344,4 Tsd. ^a	6,5 Mio. ^a
Sozialtarif	Segment Deutschland	Über den „Sozialtarif“ bieten wir in Deutschland einkommensschwachen Kund*innen sowie Menschen mit Behinderungen vergünstigte Festnetz-Verbindungen an.	2 Mio.	45,3 Tsd.
Rahmenverträge für Feuerwehr und Rettungssanitäter*innen	Segment Deutschland	Den Feuerwehrtarif können in Deutschland alle Feuerwehrmitglieder (ca. 1,3 Millionen bundesweit in Berufs-, Werks-, Freiwilligen und Jugendfeuerwehren) zu besonderen Konditionen abschließen. Auch die Rahmenverträge für alle Mitglieder und Ehrenamtlichen des Deutschen Roten Kreuzes (DRK) – insgesamt etwa 300.000 Aktive – bieten besondere Konditionen.	1,7 Mio.	54 Tsd.
Nummer gegen Kummer und TelefonSeelsorge	Segment Deutschland	Seit 1991 sind wir in Deutschland Kooperationspartner von „Nummer gegen Kummer“. Der Verein ist ein kompetenter Ansprechpartner für Kinder, Jugendliche und Eltern bei Sorgen und Problemen. Alle Anrufe bei den Beratungstelefonen sind kostenlos.	– ^b	1,7 Mio.
Telekom Stiftung	Segment Deutschland	Die Deutsche Telekom Stiftung ist eine der großen Stiftungen in Deutschland. Seit über 20 Jahren unterstützt sie MINT-Projekte in Deutschland. Die Stiftung setzt sich für ein modernes Bildungssystem ein, das junge Menschen auf globale Themen wie Digitalisierung, Klimawandel, Elektromobilität oder Biodiversitätsverlust vorbereitet, und fördert Kooperationen unterschiedlicher Lernorte.	5 Mio.	–
Ukraine-Hilfe	Segment Deutschland	Wir unterstützten die ukrainische Bevölkerung in Folge des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine auch im Berichtsjahr: Für Geflüchtete aus der Ukraine boten wir in Deutschland weiterhin einen speziellen Prepaid-Tarif an.	2 Mio.	351 Tsd.
„Telekom Hilfe“-Videos	Segment Deutschland	Der YouTube-Kanal „Telekom Hilfe“ sowie unsere Landingpage bieten zahlreiche Videos zu Mobilfunk, Festnetz, Internet und Fernsehen, die Nutzer*innen praxisnahe Tipps vermitteln und zur Stärkung der Medienkompetenz beitragen.	330,2 Tsd.	4,2 Mio.
Plaudernetz	Segment Deutschland	In Deutschland stellen wir eine kostenfreie Rufnummer und technische Infrastruktur für die vom Malteser Hilfsdienst initiierte Hotline gegen Einsamkeit bereit.	298,5 Tsd.	9 Tsd.
Be Now Generation	Segment Europa	In Ungarn fördert Magyar Telekom mit „Be Now Generation“ (Netrevalók) den generationsübergreifenden Austausch zum Thema Medienkompetenz: Schüler*innen der Sekundarstufe bringen älteren Menschen den Umgang mit digitalen Tools bei.	26 Tsd.	8,6 Tsd.
Magenta Experience Center	Segment Europa	In Tschechien bietet das Magenta Experience Center von T-Mobile Czech Republic verschiedene Bildungsprogramme und Veranstaltungen für Schulen und weitere Interessierte zum Thema digitale Teilhabe durch Medienkompetenz an.	–	10,5 Tsd.
Digital Academy for NGOs	Segment Europa	Die Digital Academy von T-Mobile Czech Republic fördert die Medienkompetenz von NGO-Mitarbeitenden durch kostenlose Weiterbildungen.	9,9 Tsd.	3,8 Tsd.
Nohatespeech Campaign	Segment Europa	In Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Organisation In IUSTITIA bietet T-Mobile Czech Republic seit 2023 Betroffenen von Hasskriminalität rechtliche und soziale Hilfe an. Darüber hinaus fördern die Partner gemeinsam „Flaw in the Law“: Die Kampagne macht auf den mangelnden rechtlichen Schutz von Menschen aufmerksam, die Hasskriminalität ausgesetzt sind.	–	7,8 Tsd.
Sicher im Netz	Segment Europa	In Polen sensibilisiert T-Mobile Polska im Rahmen ihrer Initiative „Sicher im Netz“ für mehr Online-Sicherheit.	120,2 Tsd.	944 Tsd.

^a Werte beziehen sich nur auf Deutschland.

^b Wert wird nicht auf Projektebene veröffentlicht.

Menschen mit Behinderungen

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
Design für Alle	Deutsche Telekom ohne T-Mobile US	Mit „Design für Alle“ fördern wir den barriere- und diskriminierungsfreien Zugang zu unseren Produkten und Dienstleistungen. Wir streben an, in unserem Produktentwicklungsprozess ein breites Spektrum menschlicher Vielfalt zu berücksichtigen – neben unterschiedlichen körperlichen und geistigen Fähigkeiten auch weitere Vielfaltsdimensionen wie Alter oder Geschlecht.	1,4 Mio.	101,5 Tsd.
Service für gehörlose und schwerhörige Menschen	Segment Deutschland	In Deutschland bieten wir gehörlosen und schwerhörigen Menschen Beratung zu Produkten und Dienstleistungen und bei Vertragsfragen an – über einen videobasierten Live-Chat und in Gebärdensprache.	292,4 Tsd.	3,3 Tsd.
Gehörlosentarif	Segment Deutschland	Seit 2007 bietet das Segment Deutschland einen ermäßigten Tarif für Gehörlose an.	96,2 Tsd.	3,9 Tsd.
Sondertarif für Menschen mit Behinderungen und gemeinnützige Organisationen, die Menschen mit Behinderungen unterstützen	Segment Europa	In Montenegro fördert Crnogorski Telekom die digitale Teilhabe von Menschen mit Behinderungen durch reduzierte Tarife und kostenlosen Internet-Zugang. Das Angebot richtet sich auch an gemeinnützige Organisationen, die Menschen mit Behinderungen unterstützen.	102,1 Tsd.	2,2 Tsd.
Programm zur Inklusion von hörgeschädigten Menschen	Segment Europa	In Tschechien können alle Shop-Mitarbeitenden von T-Mobile Czech Republic über eine App für Sprachtranskription mit hörgeschädigten Menschen kommunizieren. Auch die Infoline der tschechischen Landesgesellschaft ist dank Sprachtranskription für hörgeschädigte Menschen barrierefrei.	17,4 Tsd.	610

Start-ups

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
TechBoost	Segment Deutschland	In Deutschland unterstützen wir mit unserem Start-up-Programm „TechBoost“ Gründer*innen bei der Suche nach Talenten und der Vernetzung von Menschen und halten (digitale) Innovations-Workshops. Außerdem hilft das Programm Start-ups in den Bereichen Vertrieb und Marketing, bietet Zugang zu unserem Kundennetzwerk und unterstützt sie mit bis zu 100.000 € Guthaben für die Open Telekom Cloud.	1,9 Mio. ^a	2,6 Tsd.
Hallo Business	Segment Europa	Mit „Hallo Business“ (Hello Biznisz) unterstützt Magyar Telekom ungarische mittelständische Unternehmen bei Herausforderungen in den Bereichen Betriebswirtschaft, Personalmanagement, Marketing, Vertrieb und Finanzen.	–	374,8 Tsd.

^a Wert beinhaltet nicht die Gemeinkosten.

Frauen und Mädchen

Aktivität	Abdeckung	Beschreibung	Community Contribution (in €)	Beneficiaries (in Personen)
#equalesports	Deutsche Telekom in Deutschland	Gemeinsam mit SK Gaming und der esports player foundation setzen wir uns mit der „#equalesports“-Initiative seit 2021 für die Gleichberechtigung und Chancengleichheit von weiblichen und non-binären Spieler*innen in Esports und Gaming ein. Das Ziel von „#equalesports“ ist es, Vorbilder zu schaffen und damit positive Veränderungen in der Gesellschaft herbeizuführen.	– ^a	2,6 Tsd.
Girls'Day	Deutsche Telekom in Deutschland	Der „Girls'Day“ ist ein eintägiges Projekt zur Berufs- und Studienorientierung, das sich speziell an 11- bis 16-jährige Mädchen richtet. Im Rahmen der Initiative führen wir in Deutschland jedes Jahr Workshops und andere Veranstaltungen durch, um die Teilnehmerinnen an wissenschaftliche, technische und kaufmännische Berufe heranzuführen.	223,8 Tsd.	1,1 Tsd.
Femtec	Deutsche Telekom in Deutschland	Als Kooperationspartner fördern wir „Femtec“: Die Initiative unterstützt weibliche IT-Talente mit verschiedenen Maßnahmen wie speziellen Trainings und Netzwerkbildung.	94,4 Tsd.	80
ENTER	Segment Europa	In der Slowakei setzt sich Slovak Telekom beim Bildungsprogramm „ENTER“ für bessere Inhalte im IT-Unterricht ein. Für Mädchen in Grund- und weiterführenden Schulen organisiert die slowakische Landesgesellschaft zudem Workshops und Clubs zum Thema IT.	8 Tsd.	2,5 Tsd.

^a Wert wird nicht auf Projektebene veröffentlicht.

Digitale Werte: für ein besseres Miteinander im Netz

Der Umgang miteinander ist in den vergangenen Jahren spürbar rauer geworden – online wie offline. Hass, Ausgrenzung und Wegsehen gefährden den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Umso wichtiger ist es, hinzuschauen, Haltung zu zeigen und füreinander einzustehen. Mit Initiativen zur Förderung der digitalen Gesellschaft engagiert sich die Deutsche Telekom für Verbundenheit, Zusammenhalt und Zivilcourage. Wir wollen Menschen ermutigen, nicht wegzusehen, sondern Betroffene zu unterstützen und sich aktiv für ein besseres Miteinander einzusetzen.

Wir behandeln dieses Thema auch in der [Nachhaltigkeitserklärung 2025](#). Eng verknüpft mit „Digitalen Werten“ ist auch unser Engagement für digitale Teilhabe, das wir hier im CR-Bericht unter [Digitale Teilhabe](#) schildern.

Erreichte Meilensteine, Initiativen, Maßnahmen und Ziele




Seit vielen Jahren setzen wir uns für respektvolles Verhalten im Internet und gegen die Verbreitung von Desinformation ein.

Mit der Initiative „Gegen Hass im Netz“ machen wir uns seit 2020 für ein Internet stark, in dem alle Menschen die Chancen der digitalen Welt nutzen können, ohne Angst vor Ausgrenzung oder Hass haben zu müssen. Die Initiative begann in Deutschland, hat sich jedoch inzwischen deutlich verbreitert: Zahlreiche Landesgesellschaften setzen heute eigene Programme gegen Hass im Netz um. Dieses langjährige Engagement führen wir auch über das Berichtsjahr hinaus fort.


Wo wir herkommen

- 2020** ✓ Unsere Initiative „Gegen Hass im Netz“ startete mit der Kampagne „Worte dürfen nicht zur Waffe werden“.
- 2022** ✓ Unsere Aktion „Influencer“ konzentrierte sich auf den Umgang mit Hass in sozialen Medien. Hass im Netz kann jede*n treffen, besonders stark betroffen sind Minderheiten und marginalisierte Gruppen sowie Influencer*innen.
- 2022** ✓ Bei unserer Kampagne „Gemeinsam #GegenHassImNetz“ legten wir den Schwerpunkt auf die Kraft der Gemeinschaft. Unter dem Motto „Lauter sein als der Hass“ ermutigten wir die Gesellschaft, sich gemeinsam für ein respektvolles Miteinander im Netz einzusetzen.
- 2022** ✓ In Österreich passte Magenta Telekom die Allgemeinen Geschäftsbedingungen an. Kund*innen wurden dort über mögliche strafrechtliche Konsequenzen für die Verbreitung von Hassbotschaften informiert. Betroffene fanden zudem Hinweise und Informationen zu Meldestellen.
- 2023** ✓ Mit der Kampagne „Gegen Hass im Netz – Wir entscheiden!“ verdeutlichten wir, welche Wirkung bereits ein einzelner positiver Kommentar gegen Hass entfalten kann.
- 2023** ✓ Gemeinsam mit dem FC Bayern München riefen wir in zwei Spots zu mehr Haltung im digitalen Raum auf.
- 2024** ✓ Bei der Kampagne „Licht an!“ hoben wir die Kraft der Gemeinschaft hervor. Das Licht als Symbol zeigte: Jede*r von uns kann aktiv gegen Hass, Rassismus und Antisemitismus vorgehen und etwas bewegen.
- 2024** ✓ Mit der Kampagne „Lasst uns hinterfragen, was wir teilen.“ riefen wir zum verantwortungsvollen Umgang mit Informationen im Netz auf.
- 2024** ✓ Im Innovationsprogramm X-Creation von T-Systems erarbeiteten wir gemeinsam mit verschiedenen Partnern, darunter z. B. auch NGOs, KI-Expert*innen oder Start-ups, digitale Ansätze, um Desinformation kompetent zu begegnen.

Wo wir im Berichtsjahr stehen

- 2025**  Mit unserer Kampagne „Augen auf“ machen wir die zunehmende Verrohung im digitalen Raum sichtbar und rufen mit einem Kampagnenfilm dazu auf, hinzuschauen und gegen Hass aktiv zu werden, wo immer er sich zeigt.
- 2025**  Gemeinsam mit dem FC Bayern München rufen wir in zwei zusätzlichen Kampagnen zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Informationen im Netz auf. Wir ermutigen zu respektvollem Verhalten, Fairplay und Zivilcourage und zeigen Wege auf, um Hass und Desinformation aktiv entgegenzuwirken.
- 2025**  Unsere Initiative „Gegen Hass im Netz“ wächst auch außerhalb Deutschlands weiter: In der Slowakei starten wir „Absolventi šikany“ zur Prävention von Cybermobbing, während T-Mobile Polska mit der Kampagne #HejtOutLoveIn dazu aufruft, Online-Hass nicht hinzunehmen und aktiv Haltung zu zeigen. Insgesamt beteiligen sich sechs europäische Landesgesellschaften an der Initiative.

Wo wir hinwollen

- Laufend**  Wir wollen unser Engagement gegen Hass im Netz über das Berichtsjahr hinaus fortführen und weiterentwickeln. Unter anderem wollen wir dabei einen Fokus auf Kinder und Jugendliche legen, da sie im digitalen Raum besonderen Schutz und Orientierung benötigen.

Mit unseren Maßnahmen leisten wir einen Beitrag zu unserem konzernweiten Ziel, zwischen 2024 und 2027 kumuliert mehr als 80 Millionen Menschen mit Angeboten zur Förderung der digitalen Gesellschaft zu erreichen. Weitere Informationen zu diesem Ziel finden Sie unter [Digitale Teilhabe](#) in diesem CR-Bericht.


„Gemeinsam – Gegen Hass im Netz“: Augen auf

Im Fokus der Initiative stand im Berichtsjahr die Kampagne „Augen auf“. Sie greift die zunehmende Verrohung im digitalen Raum auf und zeigt, wie sehr Hass im Netz unser gesellschaftliches Miteinander gefährdet. Ein zentraler Kampagnenfilm überträgt digitale Anfeindungen in reale Alltagssituationen. So soll deutlich gemacht werden, dass Wegschauen das Problem verstärkt. Die Botschaft: „Augen verschließen ist keine Lösung“. Mit ihr rufen wir dazu auf, Haltung zu zeigen und aktiv gegen Hass vorzugehen, wo auch immer er sich zeigt. Unterstützt wird die Initiative von unseren Partnern ichbinhier e. V. und der Internet-Beschwerdestelle.de. Über unsere Medienkompetenz-Plattform Teachtoday finden Eltern und Pädagog*innen weiterführende Materialien und Informationen.



Gemeinsam Betroffene schützen

Gemeinsam mit Partnern unterstützen wir Menschen, die von Hass im Netz betroffen sind, mit konkreten Hilfsangeboten. In mehreren Ländern, darunter Deutschland, Polen, Tschechien, Österreich und Nordmazedonien, arbeiten wir mit Organisationen zusammen, die sich gezielt gegen Ausgrenzung stellen und ein respektvolles Miteinander im Netz fördern.



Eine Übersicht über unsere Partner
in Deutschland finden Sie auf
unserer

[Website](#)

Künstliche Intelligenz (KI) im Einsatz gegen Desinformation

Desinformation ist eine wachsende gesellschaftliche Herausforderung. Um ihr zu begegnen, haben wir 2025 an digitalen Lösungsansätzen weitergearbeitet. Dazu zählt die Weiterentwicklung einer KI-gestützten Faktencheck-App, die Nutzer*innen dabei unterstützen soll, Inhalte vor dem Teilen kritisch zu prüfen. Beim internationalen Innovationswettbewerb „T-Challenge“ haben wir 2025 außerdem Resemble AI ausgezeichnet, deren KI-Lösung manipulierte Audio- und Sprachinhalte erkennen kann. Das soll helfen, Deepfakes und Falschinformationen besser zu identifizieren.

Weitere Informationen zu unseren Initiativen zum verantwortungsvollen Umgang mit KI finden Sie in unserer geprüften [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#).

👤 Segment Europa: wenn Online-Hass nicht folgenlos bleibt (Slovak Telekom & T-Mobile Polska)

Online-Hass trifft oft junge Menschen. 2025 setzten Slovak Telekom und T-Mobile Polska deshalb ihre Initiativen fort, um betroffene Jugendliche zu unterstützen. In der Slowakei bietet Absolventi šikany konkrete Hilfe gegen Cybermobbing unter Schüler*innen, von verständlichen Informationen bis hin zu psychologischer Unterstützung. In Polen ruft T-Mobile Polska mit #HejtOutLoveIn dazu auf, Online-Hass nicht länger hinzunehmen, sondern Haltung zu zeigen und aktiv dagegen einzustehen.

„Gemeinsam – Gegen Hass im Netz“: was wir 2025 erreicht haben



Rund 1,4 Mrd. Medienkontakte erzielt ^a



Mehr als 7,2 Mio. Menschen mit unseren Inhalten erreicht – direkt oder über Multiplikator*innen wie Eltern oder Pädagog*innen



Erneut mehrfach ausgezeichnet

„Equal Esports“: für ein respektvolles Miteinander im Gaming

Auch 2025 haben wir uns für mehr Diversität und Respekt in Esports und Gaming eingesetzt. Unser Ziel ist es, Menschen zu stärken, die im Esports besonders häufig mit Anfeindungen konfrontiert sind – vor allem Frauen und nicht-binäre Personen. Gemeinsam mit der Esports-Organisation „SK Gaming“ und der „esports player foundation“ haben wir daher 2021 in Deutschland die „Equal Esports“-Initiative ins Leben gerufen. Bei unserem Auftritt auf der Gamescom 2025 haben wir unser Engagement erneut sichtbar gemacht.

Ein Blick nach vorn

Mehr als 7,2 Millionen Menschen haben sich 2025 – direkt oder über Multiplikator*innen wie Eltern oder Pädagog*innen – mit unseren Inhalten gegen Hass im Netz auseinandergesetzt. Gleichzeitig sehen wir: Gerade in unsicheren Zeiten kommt es darauf an, digitalen Zusammenhalt und digitale Kompetenzen aktiv zu stärken. Deshalb setzen wir unser Engagement gegen Ausgrenzung, Hass und Desinformation fort. Dabei richten wir den Blick künftig noch stärker auf Kinder und Jugendliche, die im digitalen Raum besonderen Schutz und Orientierung brauchen.

^a Die Anzahl der Medienkontakte beschreibt, wie oft unsere Kommunikationsmaßnahmen zu „Gegen Hass im Netz“ innerhalb eines Kalenderjahres insgesamt gesehen wurden. Dabei

Deep Dive für Expert*innen




Management & Rahmenwerke

- Sowohl im Unternehmen als auch außerhalb möchten wir ein respektvolles und wertschätzendes Miteinander fördern. Dies gilt auch für unsere Kommunikationskultur. Mit unseren [Social-Media-Grundsätzen](#) schaffen wir Transparenz und Sicherheit für alle Mitarbeitenden bei der Nutzung von Social-Media-Plattformen. Diese Grundsätze gelten sowohl für interne als auch externe Plattformen der Telekom sowie für privat genutzte Social-Media-Accounts von Mitarbeitenden, wenn dort veröffentlichte Beiträge einen Bezug zur Telekom aufweisen. Die Grundsätze haben auch eine praktische Funktion, da sie helfen, uns vor Schäden zu bewahren. Im digitalen Raum gibt es zahlreiche Stolpersteine, die es zu beachten gilt und die wir vermeiden wollen.
- Die Markenpositionierung der Deutschen Telekom gibt unserer Kommunikation eine klare Leitplanke: Sie übersetzt unseren Zweck und unsere Werte in Tonalität und Verhalten – klar, transparent und fair. So bleiben unsere Aussagen konsistent und nachvollziehbar.
- 2018 haben wir als eines der ersten Unternehmen weltweit [Leitlinien für den ethischen Umgang mit unserer KI](#) entwickelt. Sie verdeutlichen, wie wir verantwortungsvoll mit KI umgehen. Unsere KI-Leitlinien folgen dem Ansatz einer KI, die sich um und für den Menschen entwickelt, und verweisen auf gesetzliche Grundlagen sowie auf unseren [Menschenrechtskodex](#). In diesem verpflichten wir uns, Menschenrechte zu achten und zu fördern sowie Verantwortung zu übernehmen. T-Mobile US steuert den verantwortungsvollen Umgang mit KI durch ihre „Responsible AI Policy and Guidelines“.
- In unserem „[Corporate Digital Responsibility@Deutsche Telekom](#)“-Rahmenwerk fassen wir zusammen, wie wir digitale Verantwortung verstehen. Kern des CDR-Rahmenwerks ist unser „Haus der Digitalen Verantwortung“, bei dem sich alles um menschenzentrierte Technologie dreht.

Relevante Standards

- GSMA-INT-03 (Online-Sicherheitsmaßnahmen)

Weitere Informationsquellen zu unseren digitalen Werten

-  Themenspecial Gegen Hass im Netz | Deutsche Telekom
-  Gegen Hass im Netz | Magenta Telekom
-  Equal Esports

Ehrenamtliches und finanzielles Engagement: Einsatz für das Gemeinwohl

Mehr als 215.000 Freiwilligenstunden oder umgerechnet rund 27.000 Acht-Stunden-Tage haben unsere Mitarbeitenden 2025 für ehrenamtliches Engagement geleistet. Wir sind stolz auf das Engagement unserer Beschäftigten und fördern es im Rahmen unserer Corporate-Volunteering-Angebote. Neben unseren Fokusthemen, wie der Förderung der digitalen Gesellschaft, engagieren wir uns u. a. für Bildung, Wissenschaft, Kultur und Sport. Dabei kooperieren wir mit Partnerorganisationen und leisten finanzielle Unterstützung in Form von Sponsoring und Spenden. Nicht zuletzt erbringen wir in Krisensituationen Soforthilfe, z. B. nach Naturkatastrophen.

Das Engagement unserer Mitarbeitenden fördern

Im Rahmen des Corporate Volunteering bringen unsere Beschäftigten ihre Zeit und ihr Fachwissen für soziale und ökologische Zwecke ein. Mit ihrem Einsatz stärken sie den gesellschaftlichen Zusammenhalt, erweitern ihre Perspektiven und entwickeln ihre Kompetenzen weiter. Dies kann sich positiv auf das Teamgefühl im Unternehmen auswirken.

📌 Volunteering-Highlights im Jahr 2025

Beim Living Culture Day 2025 haben unsere Mitarbeitenden weltweit gezeigt, wie wir Corporate Volunteering bei der Telekom leben. Unter dem Motto „The Power of We – Together for Good“ haben sich unsere Teams in sozialen und ökologischen Projekten im Unternehmen eingebracht – von Bildungs- und Gesundheitsinitiativen über lokale Hilfsaktionen bis hin zu Spendenkampagnen. Ergänzend haben wir im Rahmen des Living Culture Day eine konzernweite Spendeninitiative zugunsten der „Aktion Deutschland Hilft“ durchgeführt, die eine zentrale Spende von 10.000 € seitens der Deutschen Telekom sowie weitere Beiträge von Mitarbeitenden umfasste.

Ein weiterer Schwerpunkt waren die Aktionen zum Jubiläum „30 Jahre Telekom“ in Deutschland. Wir haben das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeitenden zu diesem Anlass finanziell mit Spenden für gemeinnützige Projekte gewürdigt und mit der Initiative „30 Jahre Telekom – 3.000 gute Taten“ zu weiteren freiwilligen Aktivitäten aufgerufen.



Corporate Communities

In verschiedenen „Corporate Communities“ engagieren sich unsere Beschäftigten langfristig für die Fokusthemen unserer CR-Strategie.



Klimaschutz und Kreislaufwirtschaft stehen bei verschiedenen Umwelt-Communities im Fokus.



Mitgestaltung der digitalen Gesellschaft – dieses Thema steht im Mittelpunkt bei der Förderung der Teilhabe an der digitalen Welt. Dabei geht es bspw. darum, Medienkompetenz zu fördern.



Unternehmenskultur und Inklusion stehen ebenfalls im Zentrum unserer Mitarbeitenden-Netzwerke.

Für die Stärkung der Medienkompetenz von jungen Menschen steht z. B. die „DIGITAL@School“-Community. Die Mitglieder dieser Community wollen Kindern und Jugendlichen dabei helfen, die Möglichkeiten und Gefahren der digitalen Welt zu verstehen. Lehrkräfte und Eltern werden beim Aufbau von Wissen unterstützt. Ob bei Events oder Workshops in Bildungseinrichtungen: Die Digital@School-Community macht innovative Technologien zugänglich und möchte gleichzeitig Kreativität, kritisches Denken, Kommunikation und Zusammenarbeit stärken. Ein besonderes Highlight war 2025 die Unterstützung der „European Girls’ Olympiad in Informatics“: In Zusammenarbeit mit den bundesweiten Informatikwettbewerben (BWINF) ermöglichten die Mitglieder der DIGITAL@School-Community Mädchen aus über 60 Ländern, an diesem Informatikwettbewerb teilzunehmen und ihr Wissen in Workshops mit Expert*innen der Telekom zu erweitern.

Ein weiteres Beispiel für unsere Corporate Communities ist die „Human-centered Technology“-Community. Ihr Ziel ist es, den Menschen bei der Entwicklung und Nutzung von Technologie und Innovationen in den Mittelpunkt zu stellen. Die Community organisiert Veranstaltungen wie Barcamps, die den Austausch untereinander fördern – überwiegend in Deutschland, aber auch international. Im Berichtsjahr fanden länderübergreifende Events wie ein Hackathon und der „Responsibility Campus“ zum Thema verantwortungsvolle KI-Entwicklung statt. Die „Human-centered Technology“-Community hat sich Ende 2025 aufgelöst, und ihre Aktivitäten und Ergebnisse wurden in das operative Geschäft integriert.

So viel haben unsere Beschäftigten 2025 in der Freiwilligenarbeit geleistet

Unsere Mitarbeitenden haben im Berichtsjahr insgesamt ca. 215.000 Stunden ehrenamtlich geleistet. ^a



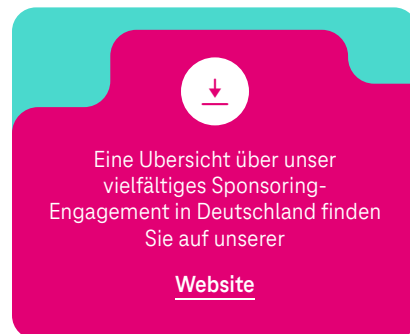
Sponsoring für mehr gesellschaftliche Teilhabe

Im Rahmen unserer Sponsoring-Aktivitäten unterstützen wir auch 2025 zahlreiche Künstler*innen, Sportler*innen, Veranstalter*innen, Ligen und Vereine. Dabei legen wir großen Wert auf regionales Engagement an unseren Standorten. Ein Fokus liegt im sozialen Bereich, zum Beispiel durch Partnerschaften im Inklusionssport.

Inklusion durch Sport: Barrieren abbauen und Menschen zusammenbringen

Sport hat die Kraft, Menschen zu verbinden, Perspektiven zu öffnen und Barrieren abzubauen. Deshalb engagiert sich die Deutsche Telekom seit vielen Jahren im Leistungs- und Breitensport – stets mit einem besonderen Fokus auf inklusive und paralympische Athlet*innen und Sportprojekte. Dabei arbeiten wir eng mit der Sporthilfe, dem Team D Paralympics und dem Verband Special Olympics zusammen.

Ziel ist es, Menschen mit Behinderungen als Vorbilder sichtbar zu machen, ihre beeindruckenden Leistungen zu würdigen und ihre Geschichten einer breiten Öffentlichkeit näherzubringen.



Ein Highlight des Jahres 2025 war die Special Hockey Europameisterschaft (EM) in Mönchengladbach. Bei ihr errang die deutsche Special-Hockey-Nationalmannschaft den Europameister-Titel. Die Finalspiele fanden parallel zur klassischen Hockey-EM statt und wurden von uns live über unsere Plattform übertragen. Wir waren außerdem Trikot-Sponsor des Gewinnerteams.

2025 wurde erstmals die von der Telekom initiierte Auszeichnung „Special Olympics Sportler*in des Jahres“ im Rahmen der renommierten Sportlerwahl des Jahres in Baden-Baden vergeben. Außerdem waren wir Partner und Gastgeber der Preisverleihung „Para Sportler*innen des Jahres 2024“, die im April 2025 im Telekom Forum in Bonn ausgerichtet wurde.



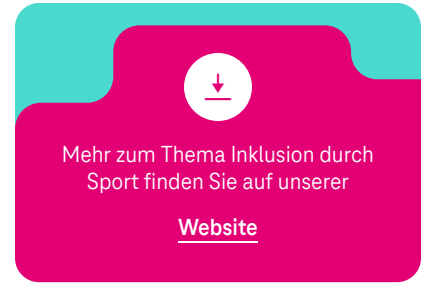
^a Die Zahl umfasst Freiwilligenstunden während und außerhalb der Arbeitszeit unserer Beschäftigten. Letztere unterstützen wir z. B. durch Räumlichkeiten, Versicherungen oder Spenden.

Im Vorfeld der Paralympischen Winterspiele 2026 in Italien setzten wir gemeinsam mit dem FC Bayern München ein Zeichen für eine stärkere Sichtbarkeit des Para-Biathlons. Zwei Spitzen-Athletinnen erklärten den Fußballprofis auf dem Trainingsgelände des FC Bayerns die Technik, die Abläufe und die besonderen Herausforderungen, die ihr Sport mit sich bringt.

Auch außerhalb großer Events haben wir uns im Berichtsjahr dafür eingesetzt, Begegnungen zwischen Menschen mit und ohne Behinderung zu ermöglichen. Beispielsweise beteiligten wir uns an Initiativen mit Rollstuhlbasketball-Nationalspieler*innen und Blindenfußball-Nationalspieler*innen sowie anderen Spitzensportler*innen aus dem Para-Bereich.

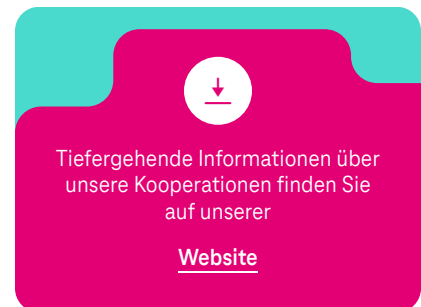
Partner des Fußballs

Unser Sponsoring im Fußball soll unsere Rolle als Förderer des Sports weiter unterstreichen. In Deutschland unterstützen wir verschiedene Bundesligaclubs und engagieren uns beim Deutschen Fußball-Bund (DFB). Bei Spielen der Deutschen Nationalmannschaft (Männer wie Frauen) zeigen wir Präsenz.



Corporate Giving: mit Spenden helfen

Mit unseren Unternehmensspenden (Corporate Giving) unterstützen wir die Arbeit von Hilfsorganisationen – vorzugsweise in langjährigen Partnerschaften. Wir wählen Organisationen aus, die unsere Werte teilen und hauptsächlich unsere Fokusthemen unterstützen: in Deutschland etwa die Deutsche Telekom Stiftung, die sich für eine bessere Bildung in den MINT-Fächern einsetzt. Wir fördern außerdem die Hilfsorganisation „Ein Herz für Kinder“ von BILD hilft e. V., die „Nummer gegen Kummer“ und die „TelefonSeelsorge“ sowie die „Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen e. V.“ (BAGSO) schon seit vielen Jahren. Zudem arbeiten wir mit einigen Partnerorganisationen in Kampagnen zusammen, z. B. gegen Hass im Netz. Wir leisten auch finanzielle Unterstützung für Organisationen, in denen unsere Mitarbeitenden ehrenamtlich aktiv sind.



Im Rahmen unseres gesellschaftlichen Engagements unterstützen wir seit Sommer 2025 in Deutschland auch das „Plaudernetz“ – eine Hotline gegen Einsamkeit, die von der Hilfsorganisation Malteser gestartet wurde. Wir stellen eine kostenfreie Rufnummer und technische Infrastruktur zur Verfügung. Seit dem Start fanden über die Hotline bereits mehr als 10.000 Telefongespräche statt. Ursprünglich wurde das Plaudernetz in Österreich initiiert, wo es bereits seit 2020 aktiv ist und von der Caritas der Erzdiözese Wien gemeinsam mit Magenta Telekom und der „Kronen Zeitung“ umgesetzt wird.

Informationen zur finanziellen Gesamtsumme unseres gesellschaftlichen Einsatzes im Berichtsjahr finden Sie unter [Soziales Engagement](#) hier im CR-Bericht.

Im Krisenfall direkt reagieren

Bei akuten Krisen handeln wir umgehend, vor allem dort, wo die Telekom mit eigenen Standorten präsent ist und wo auch Mitarbeitende betroffen sind. Mit unseren Kerngeschäftsaktivitäten und strategischen Partnerschaften engagieren wir uns vor Ort, um die größtmögliche Wirkung zu erzielen. Unsere Mitarbeitenden können ihre Zeit und Fähigkeiten freiwillig dort einbringen, wo sie gebraucht werden – und werden dafür nach Absprache für eine vereinbarte Zeit von der Arbeit freigestellt.

Unterstützung für Betroffene bei Natur- und Brandkatastrophen in Europa

In Griechenland stellten wir 2025 Kund*innen in von Naturkatastrophen betroffenen Gebieten – vor allem bei Überschwemmungen und Bränden – kostenfreie Sprach- und Datenpakete zur Verfügung.

In Nordmazedonien überwies Makedonski Telekom nach einer Brandkatastrophe in einer Diskothek in der Stadt Kočani eine Spende an das Rote Kreuz, um den Familien der über 60 Todesopfer und den fast 200 Verletzten zu helfen. Zusätzlich beteiligten sich auch Mitarbeitende im Rahmen einer unternehmensinternen Spendenaktion.

Für Erreichbarkeit gesorgt bei Waldbränden und Sturzfluten in den USA

Anfang 2025 verursachten schwere Waldbrände in Südkalifornien erhebliche Schäden im Los Angeles County. T-Mobile US reagierte mit schneller Unterstützung für die Betroffenen sowie für Einsatz- und Rettungskräfte. Das Unternehmen richtete automatisch rund 12.000 Antennen neu aus, um die Mobilfunknetze in den betroffenen Gebieten funktionsfähig zu halten. Außerdem wurde der satellitengestützte Mobilfunk-Dienst T-Satellite bereits vor seinem kommerziellen Marktstart verfügbar gemacht. Dadurch konnten rund 198.000 Nutzer*innen Textnachrichten und Notfallwarnungen senden und empfangen.

Zudem unterstützte T-Mobile US die Hilfsmaßnahmen durch die Einrichtung eines mobilen Kommando-Zentrums, das die Einsatzteams vor Ort mit digitaler Anbindung versorgte, und aktivierte T-Priority für zahlreiche Einsatzkräfte. T-Priority ist das erste 5G-Network-Slicing-Angebot für Einsatz- und Rettungskräfte in den USA. Dabei wird ein Teil der Netzkapazität innerhalb des bestehenden Mobilfunknetzes reserviert, sodass Einsatzkräfte wie Polizei, Feuerwehr und Rettungsdienste auch bei hoher Netzauslastung zuverlässig und schnell kommunizieren können.

Sechs Monate später unterstützte T-Mobile US die Hilfs- und Wiederaufbauarbeiten, nachdem schwere Sturzfluten Gemeinden in Zentraltexas getroffen hatten. Der T-Satellite-Dienst wurde für Notfallwarnungen und wichtige Textkommunikation eingesetzt, während eine mobile Funkstation (SatCOLT) zur Verbesserung der Netzanbindung vor Ort zum Einsatz kam. Darüber hinaus unterstützten Drohnen bei Such- und Rettungseinsätzen.

Im Rahmen des kontinuierlichen Engagements von T-Mobile US für Einsatz- und Rettungskräfte in den Vereinigten Staaten spendete das Unternehmen zudem 2 Mio. US-\$ an die „Tunnel to Towers Foundation“. Die Stiftung unterstützt Familien von Einsatzkräften, unter anderem mit Stipendien für Kinder von Einsatzkräften, die im Dienst zu Tode gekommen sind.

T-Systems: Koordination von Spontanhilfe im Krisen- und Katastrophenfall

Wie können Vereine, Verbände und engagierte Bürger*innen besser in die Bewältigung von Krisen und Katastrophen eingebunden werden? Mit der Software-as-a-Service-Plattform KatHelfer soll die Koordination spontaner Hilfsangebote für Behörden und Organisationen mit Sicherheitsaufgaben deutlich vereinfacht werden.

KatHelfer nutzt Kommunikationskanäle, die viele Menschen bereits auf ihrem Smartphone haben: Über RCS, WhatsApp oder Telegram können sich potenzielle Helfer*innen direkt über ihr Smartphone melden und Angaben zu Standort, Verfügbarkeit und Fähigkeiten machen. Die KI gleicht die Informationen mit dem Bedarf ab, identifiziert geeignete Personen für eine Spontanhilfe und informiert sie über den Einsatz.

KatHelfer wurde im Projekt „KatHelfer PRO“ von T-Systems gemeinsam mit Akteuren aus Bevölkerungsschutz, Wissenschaft und Industrie entwickelt und vom Bundesministerium für Forschung, Technologie und Raumfahrt gefördert. Seit Dezember 2025 wird die Plattform von ersten Kund*innen auf Landesebene genutzt.



Wir sind da, wenn wir gebraucht werden. Das zeigt auch unser KPI „Community Contribution“ im Bereich „Krisenhilfe“: Im Jahr 2025 haben wir u. a. Betroffene von Naturkatastrophen mit einer Summe von insgesamt über 1,8 Mio. € unterstützt. Davon haben wir über 250.000 € als Geldbeträge gespendet und weitere rund 1,6 Mio. € in Form von Sachspenden geleistet. Der restliche Anteil entfiel auf den Geldwert der geleisteten Freiwilligenstunden und auf die Gemeinkosten.

Ein Blick nach vorn

In den vergangenen Jahren war unser Einsatz immer wieder gefragt – etwa bei plötzlichen Naturkatastrophen oder als vertrauensvoller Partner für die Gesellschaft. Diese Erfahrungen haben den Austausch mit wichtigen Stakeholdern vertieft und uns geholfen, Bedarfe frühzeitig zu erkennen und gemeinsam tragfähige Lösungen zu entwickeln.




Auch in Zukunft wollen wir ein Anker der Stabilität in unsicheren Zeiten sein und unser Engagement verlässlich fortführen. Dabei können wir auf die Unterstützung unserer Mitarbeitenden zählen, die ihre große Hilfsbereitschaft weltweit immer wieder unter Beweis stellen.

Deep Dive für Expert*innen

Management & Rahmenwerke

- Die Spendenrichtlinie der Deutschen Telekom soll für ein einheitliches und konsistentes Spenden-Engagement in Deutschland sorgen. Sie definiert Vorgaben und Rahmenbedingungen, um Spenden rechtmäßig, verbindlich und transparent zu beurteilen und zu verwalten.
- Die Sponsoring-Richtlinie konkretisiert die Sponsoring-Strategie der Deutschen Telekom und legt den Entscheidungsprozess für konkrete Sponsoring-Maßnahmen fest. Sie soll sicherstellen, dass Mittel effizient verwendet werden, die zuständigen Fachabteilungen einbezogen und alle Beteiligten rechtlich abgesichert sind.

Weitere Informationsquellen zu unserem ehrenamtlichen und finanziellen Engagement

-  [Telekom Sponsoring \(Deutschland\)](#)
-  [Compliance-Richtlinien | Deutsche Telekom](#)
-  [Themenspecial Special Olympics](#)

Mitarbeitende: Mitbestimmung fördern und Arbeitgeberattraktivität stärken

Die rund 200.000 Mitarbeitenden der Deutschen Telekom sind von entscheidender Bedeutung für unseren Geschäftserfolg. Wir bieten ihnen eine wettbewerbsfähige Vergütung, legen großen Wert auf Mitwirkung und fördern ein auf Fairness ausgerichtetes Miteinander. Darüber hinaus betreiben wir ein systematisches Gesundheitsmanagement.

Tiefergehend behandeln wir diese und weitere Mitarbeitenden-Themen in unserer geprüften [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#) sowie im [HR Factbook 2025](#). Hier im CR-Bericht finden Sie außerdem weitere Informationen zur [Mitarbeitenden-Entwicklung](#) sowie zu [Unternehmenskultur und Inklusion](#).

Mitarbeitenden-Kennzahlen 2025



Die tarifliche Abdeckungsquote lag bei 41,2 % (2024: 45,8 %). In Deutschland betrug die tarifliche Abdeckungsquote 75,4 % (2024: 75,6 %).^a



Die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden ist im Vergleich zum Vorjahr um einen Prozentpunkt auf 81 % gestiegen (2024: 80 %).^{b, c}



Knapp 45.000 Beschäftigte nahmen an unserem Mitarbeitenden-Aktienprogramm „Shares2You“ teil (2024: 42.000).



Die Gesundheitsquote mit Berücksichtigung von Langzeitkranken lag in Deutschland bei 94,6 % (2024: 94,4 %).

Weitere Kennzahlen rund um die Mitarbeitenden der Deutschen Telekom finden Sie im [HR Factbook 2025](#). In unserem geprüften [Geschäftsbericht 2025](#) informieren wir zudem ausführlich zur Entwicklung des Personalbestands.

Dialog & Mitbestimmung



Wir pflegen einen offenen Dialog mit unseren Mitarbeitenden. Mit Arbeitnehmervertretungen und Gewerkschaften arbeiten wir im gesamten Konzern vertrauensvoll und konstruktiv zusammen. Weil es in den einzelnen Ländern unterschiedliche gesetzliche und vertragliche Voraussetzungen gibt, steuern wir Mitbestimmungsthemen dezentral – und stets gemeinsam mit den betrieblichen und überbetrieblichen Interessenvertreter*innen.

Mehr zum Thema Dialog und Mitbestimmung finden Sie in unserer geprüften [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#). Weitere Informationen zur Stimmung im Konzern gibt es in unserem [HR Factbook 2025](#).

Unsere Mitarbeitendenbefragung zeigt, wie stark sich unsere Beschäftigten mit dem CR-Engagement der Deutschen Telekom identifizieren bzw. wie zufrieden sie damit sind. Im Berichtsjahr waren 83 % der Befragten der Meinung, dass die Deutsche Telekom ihre Verantwortung für Gesellschaft und Umwelt wahrnimmt. 82 % gaben an, sich mit unserem Engagement zu identifizieren.

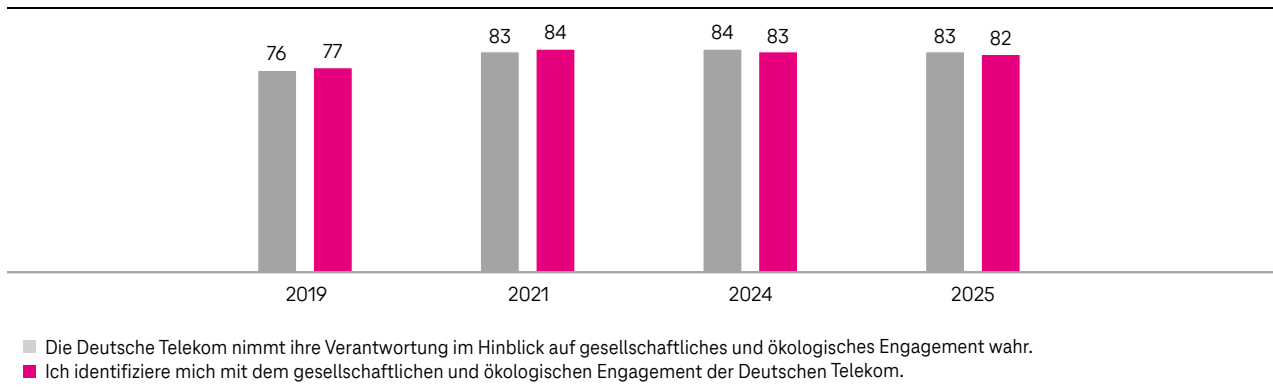
^a Die Zahl deckt alle Gesellschaften mit mindestens 100 FTE ab.

^b Im Rahmen der Pulsbefragung im November 2025 ermittelter Zustimmungswert für die Stimmung im Konzern.

^c Ohne T-Mobile US.

KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“

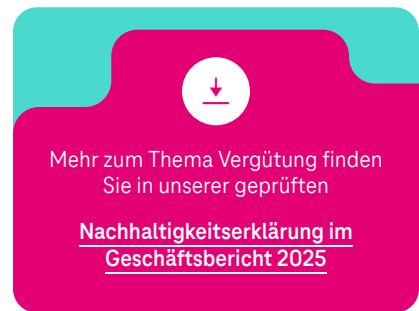
in %



Die Daten stammen teilweise von externen Dienstleistern.

Vergütung & Benefits

Wir bieten unseren Beschäftigten eine wettbewerbsfähige und leistungsgerechte Vergütung, die sich am jeweiligen nationalen Arbeitsmarkt orientiert. Tarifverträge und weitere kollektivrechtliche Regelungen unterstützen eine transparente und geschlechtsneutrale Entgeltgestaltung. Die „Global Compensation Guideline“ regelt die Vergütung für leitende Angestellte.



📍 Exkurs: Gehaltsentwicklungen in Deutschland

In der Tarifrunde 2024 haben wir mit der Gewerkschaft ver.di auch für das Jahr 2025 Gehaltsentwicklungen für tariflich Mitarbeitende vereinbart. Die Entgelttarifverträge sind erstmals zum Ablauf des 31. März 2026^d kündbar. Die zentralen Ergebnisse der Tarifvereinbarungen für 2025:

Deutsche Telekom in Deutschland (ohne die T-Systems-Gesellschaften)

- August 2025^d: dauerhaft 190 € mehr pro Monat

Für Auszubildende und dual Studierende vereinbarten die Tarifpartner eine Vergütungserhöhung von 6 % ab August 2025.

Für außertariflich (AT) Beschäftigte vereinbarten wir die folgenden Erhöhungen:

- Januar 2025: zusätzliches Budget für Gehaltserhöhungen in Höhe von 3 % der Gehaltssumme; Führungskräfte konnten dies individualisiert und leistungsbezogen auf die AT-Mitarbeitenden (ohne T-Systems-Gesellschaften) verteilen.
- Oktober 2025: Erhöhung des 2024 eingeführten „Benefit Budgets“ um weitere 1 % der Gesamtvergütung.

Segment Systemgeschäft (T-Systems-Gesellschaften in Deutschland)

Im Jahr 2024 haben wir für alle Tarifbeschäftigten von T-Systems in Deutschland die folgende Gehaltsentwicklung für 2025 vereinbart und umgesetzt:

- August 2025: dauerhaft 190 € mehr pro Monat

Für AT-Mitarbeitende von T-Systems in Deutschland haben wir 2025 Folgendes umgesetzt:

- Oktober 2025: zusätzliches Budget für Gehaltserhöhungen in Höhe von 2,5 % der Gehaltssumme für die AT-Mitarbeitenden der T-Systems-Gesellschaften; auch diese Summe konnten Führungskräfte individualisiert und leistungsbezogen auf AT-Mitarbeitende verteilen.
- Oktober 2025: Erhöhung des 2024 eingeführten „Benefit Budgets“ um weitere 1 % der Gesamtvergütung.

^d Für Konzerngesellschaften mit abweichenden Laufzeiten ihres jeweiligen Unternehmenstarifvertrags erfolgt die Umsetzung zeitversetzt.

^d Für Konzerngesellschaften mit abweichenden Laufzeiten ihres jeweiligen Unternehmenstarifvertrags erfolgt die Umsetzung zeitversetzt.

Zudem bieten wir unseren Beschäftigten weitergehende Leistungen, etwa durch vergünstigte Aktienkäufe im Rahmen des Programms „Shares2You“. Das Programm steht Mitarbeitenden teilnehmender Konzerngesellschaften in inzwischen 17 Ländern offen (Stand Ende 2025). 2025 kamen Belgien, Griechenland und Nordmazedonien neu dazu.

In Deutschland haben 2025 etwa 39.000 Mitarbeitende das Angebot genutzt; teilnahmeberechtigt waren über 90.000 Beschäftigte. Außerhalb Deutschlands nahmen über 6.000 von knapp 39.000 teilnahmeberechtigten Mitarbeitenden teil.

Darüber hinaus bieten wir unseren Mitarbeitenden in Deutschland Rabatte auf Festnetz- und Internet-Anschlüsse. Zudem besteht die Möglichkeit, per Gehaltsumwandlung Fahrräder zu leasen. Weitere Informationen dazu finden Sie unter [Mobilität](#) hier im CR-Bericht.

↓

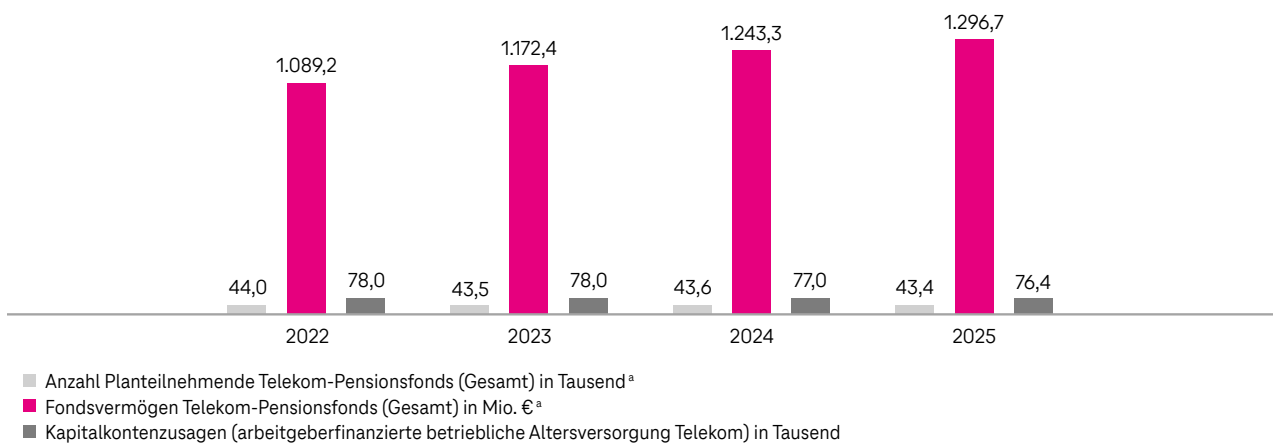
Weitere Informationen über „Shares2You“ finden Sie in unserem geprüften [Geschäftsbericht 2025](#)

↓

Eine Übersicht über finanzielle Zusatzleistungen und andere Benefits für unsere Mitarbeitenden in Deutschland finden Sie auf unserer [Website](#)

Für das Alter vorsorgen

Betriebliche Altersvorsorge bei der Telekom in Deutschland



^a Die Daten beziehen sich auf Anzahl bzw. Vermögen des Telekom-Pensionsfonds im Pensionsplan 2001.

Die betriebliche Altersversorgung für Beschäftigte in Deutschland setzt sich aus zwei wesentlichen Bausteinen zusammen: Über den Kapitalkontenplan können arbeitgeberfinanzierte Versorgungszusagen durchgeführt werden. Daneben können Mitarbeitende im Rahmen von Brutto- und/oder Nettoentgeltumwandlungen über den Telekom-Pensionsfonds Teile ihrer Bezüge in Vorsorgeleistungen für das Alter und für den Risikoschutz umwandeln lassen. Die betriebliche Altersversorgung in Deutschland besteht in der Regel auf Grundlage tarifvertraglicher Zusagen.

Auch außerhalb Deutschlands bieten wir konzerninternen Pensions- und Risikozusagen an.

Die Ausgestaltung orientiert sich an landesspezifischen Regelungen und marktüblichen Rahmenbedingungen, mit dem Ziel, einen angemessenen Lebensstandard und finanzielle Sicherheit im Alter zu unterstützen.

↓

Mehr zum unternehmenseigenen Pensionsfonds finden Sie auf der [Website des Telekom-Pensionsfonds](#)

📍 Segment EU: digitale Unterstützung im Arbeitsalltag (Magyar Telekom)

Mit dem Intelligent Digital Assistant (IDA) setzt Magyar Telekom einen KI-basierten HR-Chatbot ein, der Mitarbeitende im Arbeitsalltag bei administrativen und personalbezogenen Fragestellungen unterstützt. IDA beantwortet rund um die Uhr automatisiert allgemeine HR-Fragen, etwa zu Urlaub, Benefits, Fristen oder weiteren arbeitsbezogenen Themen, und ist unabhängig von Bürozeiten verfügbar. Dadurch werden Routinetätigkeiten reduziert und Informationen schnell und unkompliziert bereitgestellt. Dies entlastet Mitarbeitende im Alltag und schafft Freiräume für Aufgaben, die persönliche Expertise, Kreativität oder konzeptionelles Arbeiten erfordern.


Gesundheit & Arbeitsschutz




Die Gesundheit und Sicherheit unserer Mitarbeitenden sind ein wesentlicher Bestandteil unserer Verantwortung als Arbeitgeber. Daher legen wir höchsten Wert auf Sicherheit am Arbeitsplatz. Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz sind über zertifizierte Managementsysteme sowie verbindliche Leit- und Richtlinien fest in unseren Strukturen verankert.

Außerdem fördern wir Gesundheitsbewusstsein und -kompetenz bei unseren Mitarbeitenden mit einem breiten, zielgruppenspezifischen Angebot. Im Rahmen der betrieblichen Gesundheitsförderung bieten wir zahlreiche Gesundheitsprogramme und -maßnahmen an – rund um Themen wie Bewegung und Fitness, Ernährung, Sucht, Stressprävention und Achtsamkeit.

Mehr zum Thema Gesundheit & Arbeitsschutz

 [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#)

 [HR Factbook 2025](#)

Ein Blick nach vorn

81 % unserer Beschäftigten waren 2025 mit der Deutschen Telekom als Arbeitgeber zufrieden – ein Ergebnis, das die Ausrichtung unserer Arbeit bestätigt. Gleichzeitig spornt uns der Wert an, in unserem Engagement für transparenten Dialog, faire Vergütung, verlässliche Vorsorge und breite Gesundheitsförderung auch in Zukunft nicht nachzulassen.

Unternehmenskultur und Inklusion: Vielfalt wertschätzen und Bedürfnisse achten

Wir machen uns dafür stark, faire Chancen zu ermöglichen, und setzen uns für Inklusion ein. Unsere wertebasierte Unternehmenskultur ist geprägt von Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Teilhabe. Sie hat nicht nur Einfluss darauf, wie wir arbeiten, sondern auch auf die Zufriedenheit unserer Mitarbeitenden und unseren geschäftlichen Erfolg.

Ausführlich stellen wir diese Themen in der geprüften [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#) sowie im [HR Factbook 2025](#) dar.

Gelebte Werte: Zahlen und Fakten 2025

Wir wollen allen unseren Beschäftigten die Möglichkeit bieten, sich beruflich weiterzuentwickeln und individuell zu entfalten – unabhängig von Alter, Nationalität und ethnischer Herkunft, Geschlecht und Geschlechtsidentität, körperlichen und mentalen Fähigkeiten, Religion und Weltanschauung, sexueller Orientierung oder sozialem Hintergrund. Unsere Mitarbeitenden engagieren sich in verschiedenen Communities für diese Vielfaltsdimensionen und gestalten unsere Unternehmenskultur aktiv mit.

Mit verschiedenen Maßnahmen setzen wir gesetzliche Vorgaben um, die uns im Bereich Gleichbehandlung begegnen.

Wo wir bei den Themen Unternehmenskultur und Inklusion stehen, zeigen folgende Kennzahlen aus dem Berichtsjahr:

- Frauen in Vorstand und Aufsichtsrat:** Im Aufsichtsrat betrug der Anteil weiblicher Mitglieder wie bereits im Vorjahr 45 %. Im Vorstand der Deutschen Telekom AG lag der Frauenanteil bei 25 % (2024: 37,5 %). Über den Frauenanteil hinaus trugen unterschiedliche internationale Erfahrung und fachliche Hintergründe dazu bei, das Perspektivenspektrum im Vorstand zu erweitern.
- Beschäftigte mit Schwerbehinderung:** Der Anteil lag in unserer Belegschaft in Deutschland bei 7,7 % (2024: 7,6 %).
- Teilzeit:** 10,1 % unserer Beschäftigten (ohne T-Mobile US) nutzten Teilzeitmodelle (2024: 11,9 %). In Deutschland waren es 11,6 % (2024: 12,2 %).
- Mitarbeitenden-Netzwerke:** Im Laufe des Jahres haben sich Mitarbeitende (ohne T-Mobile US) erneut in über 50 Communities für unsere Unternehmenskultur engagiert.

Wir arbeiten kontinuierlich daran, Vielfalt, Chancengerechtigkeit und Teilhabe zu stärken. Darüber hinaus möchten wir sicherstellen, dass unsere Beschäftigten auch bei privaten Herausforderungen Unterstützung finden. Wir wollen sie entlasten, damit sie gesund und leistungsfähig bleiben und sich individuell entwickeln können.

Beruf und Privatleben miteinander vereinbaren



Mit flexiblen Arbeitsmodellen wollen wir unseren Beschäftigten die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben erleichtern und helfen, möglichen Überlastungserscheinungen vorzubeugen. Unsere Regelungen sind vielfältig und können an dieser Stelle nicht vollumfänglich für den Gesamtkonzern dargestellt werden. In Deutschland liegt der Fokus auf folgenden Maßnahmen:

Förderung von Teilzeit und Altersteilzeit

Beschäftigte in Deutschland können gemäß den gesetzlichen Vorgaben ihre Stundenzahl reduzieren, sofern keine betrieblichen Gründe dagegensprechen. Sie können jederzeit wieder zur ursprünglichen Wochenarbeitszeit zurückkehren. Auszubildende und dual Studierende können sich unter bestimmten Voraussetzungen auch in Teilzeit ausbilden lassen bzw. ihr Studium absolvieren. Mit der Altersteilzeit kann grundsätzlich ab Vollendung des 55. Lebensjahres begonnen werden.



Mobiles Arbeiten



Mobiles Arbeiten ist bei der Deutschen Telekom etabliert. Unsere Mitarbeitenden in Deutschland, aber auch in anderen Ländern Europas, können ihre Arbeit örtlich flexibel gestalten. In Deutschland sind die Regelungen zum mobilen Arbeiten kollektivrechtlich verankert. Darüber hinaus haben Beschäftigte in Deutschland seit 2024 die Möglichkeit, jährlich bis zu 20 Arbeitstage mobil aus dem EU-Ausland zu arbeiten.

Auszeiten vom Job

Über ein Lebensarbeitszeitkonto können die meisten Mitarbeitenden in Deutschland ein Wertguthaben ansparen und es für ein Sabbatical, einen früheren Ausstieg aus dem Arbeitsleben oder die Aufstockung eines Teilzeitgehalts in Anspruch nehmen. Ende 2025 nutzten fast 18.000 Mitarbeitende das Modell. Außerdem können sich Beschäftigte in Deutschland kurzfristig unbezahlt von der Arbeit freistellen lassen, z. B. für die Kindererziehung bzw. -betreuung, die Pflege von Angehörigen oder zur Ausübung einer entgeltlichen Tätigkeit bei einem anderen Arbeitgeber.

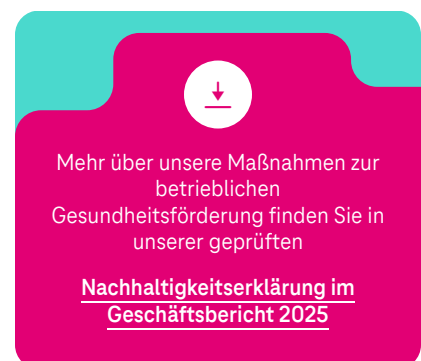
Mit dem arbeitnehmerfinanzierten Modell „Urlaub kaufen“ haben alle Mitarbeitenden in Deutschland seit Januar 2024 die Möglichkeit, zusätzliche freie Tage über ihr Gehalt zu finanzieren. Im Gegensatz zum Lebensarbeitszeitkonto ist es flexibler, denn es gibt weder Antragsfristen noch Ansparzeiten. Über 1.200 Beschäftigte haben das Modell im Berichtsjahr beantragt.

Für ein Studium oder eine Promotion können Mitarbeitende in Deutschland bis zu vier Jahre lang die sogenannte Bildungsauszeit beanspruchen. Während dieser Zeit ruht das Arbeitsverhältnis und es wird keine Vergütung gezahlt.

Ganzheitliche Unterstützung für Familien und bei Herausforderungen am Beispiel Deutschland

Als familienfreundlicher Arbeitgeber nehmen wir die alltäglichen Anforderungen unserer Mitarbeitenden ernst und wollen durch vielfältige Angebote dabei unterstützen, sie zu meistern.

- **Kinderbetreuung:** Neben unternehmenseigenen Kitas können Beschäftigte an vielen Telekom-Standorten Eltern-Kind-Büros nutzen, z. B. wenn die reguläre Kinderbetreuung ausfällt. Zudem unterstützen wir unsere Mitarbeitenden ganzjährig bei der Suche nach Betreuungsmöglichkeiten, auch für die Ferienzeiten. In diesem Rahmen bietet die Telekom in den Sommerferien zusätzliche Ferienangebote an. Wenn etwa die reguläre Betreuung ausfällt, kann kurzfristig eine Notfallbetreuung organisiert werden.
- **Elternzeit:** Über das in Deutschland verankerte Netzwerk „Stay in contact“ haben Mitarbeitende in Elternzeit die Möglichkeit, in Verbindung mit dem Unternehmen zu bleiben und außerdem Unterstützung beim Wiedereinstieg ins Berufsleben zu erhalten. Unser „Väternetzwerk“ fördert den offenen Erfahrungsaustausch zwischen Vätern. Darüber hinaus bieten wir (werdenden) Müttern und Vätern in unserem Unternehmen mit einer eigens gestalteten App die Option, sich auf ihrer „Elternzeitreise“ digital begleiten zu lassen. Unterstützung bei der Vereinbarkeit bietet ferner das Beratungs- und Vermittlungsangebot zu Pflege, Betreuung und haushaltsnahen Dienstleistungen.
- **Inklusive Arbeitsumgebung:** Um das Arbeitsumfeld unserer Mitarbeitenden behindertengerecht und auch darüber hinaus inklusiv auszustatten, fördern wir die physische und digitale Barrierefreiheit mit verschiedenen Maßnahmen, z. B. durch die Bereitstellung von technischen Hilfsmitteln.
- **Programme für bessere Vereinbarkeit:** Wir bieten verschiedene Trainings und Workshops an, die speziell zugeschnitten sind auf Mitarbeitende in der frühen Familienphase. Im Berichtsjahr haben wir z. B. erneut das Mentoring-Programm „Karriere mit Kindern“ durchgeführt. Außerdem haben wir Lernangebote wie den Vortrag „Elternpaare zwischen Küchentisch und Laptop“ sowie Vorträge zum Thema Menopause bereitgestellt.
- **Unterstützung im Umgang mit beruflichen und privaten Herausforderungen:** Bei Anliegen aus dem beruflichen und dem persönlichen Alltag steht unseren Beschäftigten konzernweit die Mitarbeitenden- und Führungskräfteberatung (MFB) zur Seite. Beispielsweise können sich unsere Mitarbeitenden bei Belastungen am Arbeitsplatz, bei privaten Veränderungen, aber auch bei Problemen in der Partnerschaft, in der Familie oder mit den Kindern an die externen Expert*innen der MFB wenden.
- **Familienfonds und Sozialfonds:** In Deutschland unterstützen wir unsere Beschäftigten auch mit finanziellen Mitteln: Als Starthilfe fördert der Familienfonds Projekte von Mitarbeitenden, mit denen sich Beruf und Privatleben besser vereinbaren lassen – etwa eigens gegründete Kinderbetreuungsangebote, Elterncoaching oder Kurse für pflegende Angehörige. Beschäftigte in einer wirtschaftlichen Notlage können Unterstützung aus dem Sozialfonds erhalten. Auch bezuschussen wir Erholungsmaßnahmen für Kinder mit Schwerbehinderung.



- **Betreuungswerk:** Wir unterstützen unsere Beschäftigten in Deutschland in Notsituationen und bei der Regeneration. An das Betreuungswerk können sie sich etwa bei Todesfällen in der Familie, schwerer Krankheit, sozialen Notfällen oder Naturkatastrophen wenden. Wir bieten bspw. Kurse für Frauen mit Krebserkrankung an. Außerdem leisten wir Hilfe für studierende Kinder von Beschäftigten.
- **Erholungswerk:** Das Erholungswerk ermöglicht preisgünstigen Urlaub in attraktiven europäischen Ferienregionen, z. B. in einer der 16 eigenen Ferienanlagen.

Ein Blick nach vorn

Seit 30 Jahren bilden unsere Werte die Basis für eine Unternehmenskultur, in der wir alle befähigen wollen, ihr Potenzial voll auszuschöpfen. Unsere Marke, das „T“, steht für Verbindung und Zusammenhalt – nach außen wie nach innen, heute wie morgen.

Deep Dive für Expert*innen

Management & Rahmenwerke




- Die Grundlage für unsere Unternehmenskultur bilden unsere Werte: Wir haben sie in unseren Unternehmensleitlinien (Guiding Principles) festgeschrieben. Sie bilden die Basis für unsere interne Zusammenarbeit, aber auch die Zusammenarbeit mit unseren Kund*innen, Anteilseignern und der Öffentlichkeit.
- Darauf aufbauend definieren die Verhaltenskodizes der Deutschen Telekom und von T-Mobile US die Regeln für unser tägliches Arbeiten – intern wie extern. Damit schlagen sie die Brücke zwischen den Unternehmensleitlinien und den vielen verschiedenen Richtlinien im Konzern sowie den rechtlichen Vorgaben.
- Grundlagen für die Förderung der verschiedenen Vielfaltsdimensionen sowie die Beseitigung von Diskriminierung innerhalb der Deutschen Telekom (ohne T-Mobile US) bilden unsere Richtlinie Vielfalt, Chancengleichheit und Einbindung (VC&E) und unser Menschenrechtskodex.

Relevante Standards

Global Reporting Initiative (GRI)

- GRI 2–7 (Angestellte)

Weitere Informationsquellen zu den Themen Unternehmenskultur und Inklusion

-  [Initiativen zu Kultur und Inklusion | Deutsche Telekom](#)
-  [Nachhaltigkeitserklärung im Geschäftsbericht 2025](#)
-  [Wie wir arbeiten](#)

Mitarbeitenden-Entwicklung: digitale Kompetenzen fördern und Zukunftsperspektiven aufzeigen

Eine Zukunft ohne Digitalisierung ist schon lange nicht mehr denkbar, weder im Privaten noch im Beruf. Deshalb legt die Deutsche Telekom in der Weiterentwicklung ihrer Mitarbeitenden einen klaren Schwerpunkt auf die Anforderungen der digitalisierten Arbeitswelt. Wir bieten individuelle Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten, schaffen Stellen in Wachstumsfeldern und entwickeln die Kompetenzen unserer Mitarbeitenden gezielt weiter. Ausführlich behandeln wir das Thema Mitarbeitenden-Entwicklung auch in unserem [HR Factbook 2025](#).




Erreichte Meilensteine, laufende Projekte und Ziele

Wir wollen technologische Trends frühzeitig voraussehen und eine Kultur des kontinuierlichen Lernens im Unternehmen fördern. Dazu schaffen wir stetig neue Angebote für unsere Beschäftigten. Unser Ziel ist es, die Transformation beruflicher Kompetenzen zu unterstützen, insbesondere weil digitale, vor allem KI-Expertise, zunehmend an Relevanz gewinnt.




Wo wir herkommen

- 2014** ✓ Start der digitalen Lernplattform Magenta MOOC (Massive Open Online Course). Neben der Wissensvermittlung durch Videodozent*innen lag der Fokus v. a. auf der virtuellen Zusammenarbeit der Teilnehmenden in kleinen Teams.
- 2019 bis 2022** ✓ Mit der Initiative „youlearn“ entwickelten wir die Telekom zu einer lernenden Organisation weiter. Gleichzeitig stellten wir unsere Weiterbildung zunehmend auf digitales Lernen um.
- 2020** ✓ Bis Ende 2020 führten wir rund 3.000 Sessions im Rahmen unserer Mitarbeitenden-Initiative „Lernen von Expert*innen“ (LEX) durch.
- 2020** ✓ Wir ermittelten erstmals den Anteil digitaler Expert*innen in unserem Konzern (ohne T-Mobile US): 13,2 %. Zeitgleich setzten wir uns das Ziel, den Wert bis 2024 auf 17 % zu erhöhen, und leiteten Schritte ein, um die nötigen Rahmenbedingungen für die Aneignung von digitalen Skills in unserem Unternehmen zu schaffen.
- 2021** ✓ Angebot sogenannter Explorer Journeys: Diese Programme sollen möglichst viele Beschäftigte auf zukünftige Skill-Anforderungen rund um Big Data, Digital Marketing, Künstliche Intelligenz (KI) und Software Development vorbereiten.
- 2023** ✓ 66.000 Mitarbeitende nahmen an Weiterbildungen zu KI teil.
- 2024** ✓ Über 15.000 Mitarbeitende nahmen an den Explorer Journeys teil.
- 2024** ✓ Wir schulten 30.000 interne Nutzer*innen darin, wie sie KI effektiv anwenden können (Prompting Skills).
- 2024** ✓ Der Anteil digitaler Expert*innen unter unseren Mitarbeitenden (ohne T-Mobile US) stieg auf 22,7 % und übertraf damit unser ursprüngliches Ziel von 17 % bis zum Jahr 2024 deutlich.
- 2024** ✓ Wir starteten den Telekom Sustainability Campus: Webbasierte Trainings sollen unsere Mitarbeitenden mit Herausforderungen, Werkzeugen und Lösungsansätzen im Bereich Nachhaltigkeit vertraut machen.

Wo wir im Berichtsjahr stehen

- 2025**  Wir erweitern unsere Angebote für den Umgang mit KI: 30.000 Mitarbeitende erwerben Prompting Skills als Standardkompetenz. Dadurch können wir die Effizienz unserer Arbeitsabläufe steigern, vor allem in Bereichen wie HR und Finanzen. Zudem schulen wir unsere Teams gezielt zur optimalen Nutzung interner KI-Tools.
- 2025**  LEX wird ausgebaut: Mit über 6.500 Sessions fördern wir den kontinuierlichen Wissensaustausch und verzeichnen allein 52.000 Teilnahmen an Sessions rund um das Thema KI.
- 2025**  Unsere digitalen Lernangebote sind fest im Arbeitsalltag verankert: 47.000 aktive Nutzer*innen verwenden unsere Lernplattform „Percipio“ regelmäßig, die digitalen Qualifizierungstage je Mitarbeiter*in stiegen im Vergleich zu 2024 von 3,2 auf 3,5 – damit stärken wir „Percipio“ als zentrales Lernökosystem und schaffen so eine integrierte, skalierbare Lernumgebung für den Konzern.

Wo wir hinwollen

- 2026**  Der produktive Einsatz von KI soll im Arbeitsalltag verankert werden: 90 % unserer Mitarbeitenden (ohne T-Mobile US) sollen KI-Tools regelmäßig nutzen.
- 2027**  Wir wollen den Anteil digitaler Expert*innen bis 2027 auf 25 bis 30 % weiter erhöhen.
- 2028**  Wir wollen vollständige KI-Kompetenz im Konzern erreichen: 100 % unserer Mitarbeitenden (ohne T-Mobile US) sollen über die notwendigen Fähigkeiten verfügen, um KI souverän, verantwortungsvoll und wertschöpfend einzusetzen.

Unser Ansatz





Wir fördern lebenslanges Lernen und begleiten unsere Mitarbeitenden auf ihrem individuellen Lernweg. Im Berichtsjahr haben wir den Ansatz für lebenslanges Lernen strategisch weiterentwickelt und stärker an unserer Konzernstrategie ausgerichtet. Beispielsweise haben wir die Lernplattform „Percipio“ ausgebaut.

Die Vermittlung technischer und digitaler Fähigkeiten steht im Mittelpunkt unserer Qualifizierungsstrategie. Unterschiedliche Programme tragen dazu bei, unseren eigenen Kandidatenpool zu vergrößern – darunter die Explorer Journeys: Sie statten Mitarbeitende mit Wissen und Fähigkeiten z. B. rund um Künstliche Intelligenz (KI), Software-Entwicklung oder digitales Marketing aus.

Junge Menschen unterstützen wir durch umfassende technische und auch kaufmännische Ausbildungs- und duale Studienangebote beim Einstieg in die Arbeitswelt. Mit „Bologna@Telekom“ ermöglichen wir unseren Mitarbeitenden in Deutschland zudem, neben dem Beruf Bachelor- und Masterstudiengänge zu absolvieren.




Bildung@Telekom – Aus- und Weiterbildung für alle Zielgruppen

 <p>Angebote für Schüler*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dualer Bachelor • Duale Ausbildung • Berufsorientierungspraktika 	 <p>Angebote für Studierende und Absolvent*innen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Start up! • Abschlussarbeiten • Studienpraktikum/Flexikum 	 <p>(Akademische) Weiterbildung</p> <ul style="list-style-type: none"> • Berufsbegleitender Master • Berufsbegleitender Bachelor 	 <p>Angebote für Professionals</p> <ul style="list-style-type: none"> • Expert Development • Talent Management • Leadership Development
---	--	---	--

Weiterbildung und Entwicklung individuell angehen

Unsere Mitarbeitenden können ihre Weiterbildung mithilfe digitaler Lernangebote weitgehend selbst steuern und in ihren Berufsalltag integrieren.

Auf unserer Lernplattform „Percipio“ können alle Voll- und Teilzeitbeschäftigten der Deutschen Telekom (mit Ausnahme von T-Mobile US) via Desktop oder App jederzeit und überall auf Bildungsangebote, darunter auch Schulungsunterlagen für Online-Kurse auf Hochschulniveau, zugreifen. T-Mobile US stellt ihren Mitarbeitenden alternative Trainingsangebote bereit.



Mehr über unsere Lernkultur finden Sie im


[HR Factbook 2025](#)




LEX
Learning
from
Experts

Ein weiteres Beispiel für selbstbestimmtes und selbstorganisiertes Lernen ist unsere Mitarbeitenden-Initiative „Lernen von Expert*innen“ (LEX). Dabei geben Fachleute aus dem Konzern ihr Wissen über verschiedene Wege an ihre Kolleg*innen weiter. Im Berichtsjahr führten unsere Expert*innen über 6.500 LEX-Sessions mit über 52.000 Teilnahmen durch.


Fortschritte 2025 (ohne T-Mobile US)



94 % der konzernweit buchbaren Trainings waren digital verfügbar.



Mitarbeitende investierten durchschnittlich 4,8 Schulungstage in eigene Weiterbildung.



Der Anteil digital durchgeführter Qualifizierungstage betrug 70 %.

Bedarf identifizieren und Kompetenzen ausbauen: Skill-Management

Wir wollen unsere Lern- und Entwicklungsangebote auf die Kenntnisse und Fähigkeiten unserer Beschäftigten ausrichten. Damit verfolgen wir das Ziel, eine „Skill-basierte Organisation“ zu werden. Über ein intelligentes Tool können wir im Rahmen unseres Skill-Managements Kompetenzlücken identifizieren und unsere Mitarbeitenden zielgerichtet weiterbilden. Passende Lernangebote und klar definierte Zielprofile unterstützen die persönliche Entwicklung. Nach einer mehrjährigen Pilotphase wenden wir seit 2023 das Skill-Management konzernweit und bereichsübergreifend an (Deutsche Telekom ohne T-Mobile US). Bislang haben rund 70.000 Beschäftigte erfolgreich den Skill-Management-Prozess durchlaufen.

2025 haben wir die KI-basierte Plattform „growth hub“ zentral in der Personalentwicklung verankert. Sie bündelt Prozesse wie Recruiting, Skill-, Talent- und Ressourcenmanagement und bietet personalisierte Entwicklungsangebote, darunter Jobs, Trainings, Projekte, Talentprogramme sowie Mentoring oder Experience Days. Zum offiziellen Start im November 2025 waren 110.000 Nutzer*innen registriert. Im Jahr 2026 werden die Services schrittweise auf weitere Einheiten global ausgeweitet.

📍 T-Systems: Kompetenzen für die digitale Zukunft

Mit „HerCode“ startete T-Systems 2025 ein gezieltes Förderprogramm für weibliche IT-Talente. Aus 40 Bewerberinnen aus neun Ländern wurden zwölf Teilnehmerinnen ausgewählt, die innerhalb von 12 bis 18 Monaten eine strukturierte Entwicklungsreise mit Trainings, Coachings, Mentoring und globalem Networking durchlaufen.

Ergänzend fördert Talents@T-Systems seit 2023 als erste globale Talentinitiative jährlich ausgewählte Talente weltweit auf Basis transparenter Kriterien und einer einheitlichen Governance. Wirkungsmessungen zeigen eine hohe Zufriedenheit, schnellere Karrierefortschritte und eine deutlich höhere interne Mobilität: Rund 40 % der Talente erzielten innerhalb eines Jahres messbare Entwicklungsschritte.

Mit dem Career & Growth Day setzte T-Systems 2025 zusätzlich ein Zeichen für transparente Karriereentwicklung: Rund 4.000 Mitarbeitende weltweit erhielten Einblicke in Karrierewege, Entwicklungsangebote und Zukunftsperspektiven. Ergänzende Specials vertieften diese Impulse im Jahresverlauf.

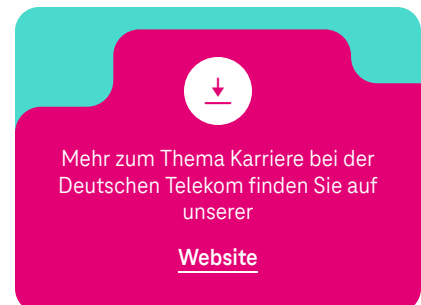
Nachhaltigkeit schulen

2024 startete der „Deutsche Telekom Sustainability Campus“ mit webbasierten Trainingskursen zu ESG-Aspekten (Umwelt, Soziales, Governance) für unsere Beschäftigten. In unseren Segmenten ergänzen eigene Weiterbildungsprogramme das Portfolio. Ein Lernangebot in diesem Rahmen heißt „Climate Fresk“: Seit 2024 bieten zehn ausgebildete Moderator*innen Online-Workshops rund um den Klimawandel für alle Mitarbeitenden an. Ergänzend hat T-Systems 2024 zusammen mit externen Partnern wie Universitäten ein Schulungsprogramm zu „Green IT“ entwickelt. Ziel ist es, den Mitarbeitenden Kenntnisse zu ökologischen Aspekten bei der Entwicklung von IT-Lösungen zu vermitteln. Nachhaltigkeitsthemen sind ebenfalls integraler Bestandteil des Onboardings bei T-Systems: Neue Beschäftigte lernen die Nachhaltigkeitsstrategie kennen und erfahren, wie sie sich von Beginn an für Umwelt und Gesellschaft einbringen können.

Talente ausbauen und individuelle Karrieren fördern

Wir haben die steigende Nachfrage nach qualifizierten Arbeitskräften, insbesondere nach IT- und Tech-Expert*innen, stets im Blick und begegnen dem Wettbewerb um die besten Talente. Wir betreiben gezieltes Recruiting für unsere Ausbildungs- und dualen Studienplätze, Praktika, Traineeprogramme oder den Einstieg von Expert*innen. Die Investition in unsere eigenen Nachwuchskräfte bildet eine weitere Säule zur Fachkräftesicherung.

Wir fördern außerdem die Vereinbarkeit von Karriere und Privatleben. Weitere Informationen dazu finden Sie hier im CR-Bericht unter [Mitarbeitende](#) sowie unter [Unternehmenskultur und Inklusion](#).



📍 Exkurs: Weiterbildungsinitiative zum Cyber Security Professional

Expert*innen für IT-Sicherheit sind auf dem deutschen Arbeitsmarkt weiterhin rar. Seit 2014 bieten wir die zweieinhalbjährige berufsbegleitende IHK-Weiterbildung zum Cyber Security Professional an und entwickeln das Programm kontinuierlich weiter, um aktuelle und künftige Anforderungen an die IT-Sicherheit zu berücksichtigen. Das Thema KI ist in allen Modulen des Programms enthalten.

Unsere Highlights:

- 2025 ging das Programm mit einem weiteren Jahrgang mit insgesamt 20 Teilnehmenden ins zwölfte Jahr.
- 19 Teilnehmende haben im Berichtsjahr die IHK-Zertifikatsprüfungen zum Cyber Security Professional bestanden.
- Ende 2025 zählten wir insgesamt 196 Teilnehmende und 134 zertifizierte Absolvent*innen.
- 96 % der Absolvent*innen blieben weiter bei der Deutschen Telekom beschäftigt.
- Viele Absolvent*innen engagieren sich weiterhin als Fach-Coaches und stärken damit das Wissensmanagement.
- Seit 2018 ist die Weiterbildung zum Cyber Security Professional auch für Mitarbeitende externer Unternehmen und Behörden geöffnet; insgesamt nahmen bislang 17 externe Teilnehmende daran teil.

Weitere Informationen zum Thema IT-Sicherheit finden Sie unter [Cybersicherheit und Datenschutz](#) hier im CR-Bericht.

Wie wir Talente erkennen und entwickeln

Unser grundlegendes Ziel ist es, talentierte Mitarbeitende gezielt für wichtige Positionen im Konzern zu entwickeln. Dafür vernetzen wir Talente und Führungskräfte, schaffen Transparenz in unserem Talent-Pool und stellen den direkten Kontakt zu potenziellen Manager*innen her.

Wir identifizieren und befähigen Talente nach unserem Performance-Development-Ansatz „WeGrow“, basierend auf den vier Kriterien Achievement, Ambition, Attitude und Ability (Leistung, Ehrgeiz, Einstellung und Können). Im Rahmen von „WeGrow“ veranstalten wir jährlich die „People Days“. Hier treffen sich Führungsteams, um Talente unter ihren Mitarbeitenden zu erkennen.

📍 „Magenta Exchange“-Programm mit T-Mobile US

2024 haben wir erstmals das „Magenta Exchange“-Programm als unternehmensübergreifenden Austausch zwischen der Deutschen Telekom und T-Mobile US durchgeführt. Führungskräfte mit hohem Potenzial beider Unternehmen erhielten dabei neue Einblicke in das Geschäft und die Kultur der jeweils anderen Organisation. Im Berichtsjahr haben wir das Programm gezielt weiterentwickelt: Der Fokus lag auf bestimmten Kerngeschäftsbereichen, und zusätzlich wurden virtuelle Pre-Sessions eingeführt, um die Teilnehmenden optimal auf die anschließende Präsenzphase vorzubereiten. Insgesamt nahmen 2025 je 15 Talente teil.

Expert*innen und Führungskräfte fördern

Unser Programm „levelup!NEXTGEN“ richtet sich an zukünftige Führungskräfte sowie Tech- und Digitalexpert*innen. 2025 starteten mehr als 1.100 Teilnehmende aus allen Segmenten und 20 Ländern das überwiegend virtuelle Training zu Themen der Führung und Zusammenarbeit. Der Anteil der internationalen Talente stieg im Vergleich zum vorherigen Jahr, von 39 % auf 54 %.

In der weltweiten Talent-Initiative „Global Talent Hub“ fördern wir (angehende) Führungskräfte. Im Jahr 2025 nahmen 220 Talente mit Potenzial für eine Executive-Rolle an dem Programm teil. Zudem besetzten wir 21,5 % unserer Executive-Positionen mit „Global Talent Hub“-Talenten (ohne T-Mobile US).



Segment Systemgeschäft: Performance-Management – „Unfolding Performance“-Trainings

T-Systems hat vor vier Jahren die Initiative „Unfolding Performance“ gestartet, um Führungskräfte im Performance-Management zu stärken und die Mitarbeitenden-Entwicklung zu fördern. Dazu hat das Segment ein umfassendes Wiki für Führungskräfte erstellt, das praktische Anleitungen und notwendiges Wissen für eine effektive Zusammenarbeit und Unterstützung der Teammitglieder bietet. In „Enabling Leaders“-Veranstaltungen erhielten Führungskräfte einen Überblick über alle Maßnahmen des Performance-Managements von T-Systems.

- Bislang wurden mehr als 1.800 Führungskräfte in 16 Ländern und über neun Zeitzonen hinweg qualifiziert.
- Die Veranstaltungen stießen auf hohe Zustimmung: 87,2 % der Teilnehmenden bewerteten sie positiv.

Die Trainings sollen künftig in einem jederzeit verfügbaren digitalen Tool bereitgestellt werden.

Segment USA: Lernen und Karriereentwicklung

T-Mobile US investierte im Berichtsjahr weiterhin in Programme zur Karriereentwicklung. Ziel war es, Mitarbeitende dabei zu unterstützen, mit aktuellen Entwicklungen im Bereich Lernen und Entwicklung Schritt zu halten, gefragte Fähigkeiten aufzubauen und interne Karrierechancen zu erschließen.

Vor diesem Hintergrund wurde das „Magenta Accelerator“-Programm gestartet: Dieses elfwöchige interne Praktikum ermöglicht es Mitarbeitenden, Erfahrungen in anderen Geschäftsbereichen außerhalb ihres aktuellen Teams oder ihrer Abteilung zu sammeln. Nach Ablauf des Praktikums erhalten leistungsstarke Teilnehmende die Möglichkeit, in neue unbefristete Positionen zu wechseln.

Darüber hinaus pilotierte T-Mobile US im Jahr 2025 den Opportunity Marketplace, eine Plattform, die projektbasierte Aufgaben unternehmensweit sichtbar macht. Mitarbeitende können diese Plattform nutzen, um neue Fähigkeiten zu entwickeln oder bestehende Kompetenzen in andere Unternehmensbereiche einzubringen. Eine unternehmensweite Einführung bei T-Mobile US ist für 2026 geplant.

Ergänzend zu diesen neuen Initiativen bot T-Mobile US weiterhin verschiedene Programme und Tools zur beruflichen Weiterentwicklung an. Dazu zählen Magenta U, eine Lernplattform mit On-Demand-Zugang zu mehreren tausend Kursen, sowie Angebote für Job Shadowing und sogenannte Stretch Assignments, mit denen Mitarbeitende unterschiedliche Karrierepfade erkunden können. Darüber hinaus stellt die Level Up Library von T-Mobile US Lernmaterialien für besonders gefragte Kompetenzfelder bereit.

Angebote für die Fachkräfte von morgen

Als eines der bundesweit größten Ausbildungsunternehmen unterstützen wir Schüler*innen, Studierende und Absolvent*innen bei der Berufswahl und dem Berufseinstieg. In einem Berufsorientierungspraktikum erhalten junge Menschen wertvolle Einblicke in den Arbeitsalltag eines Telekommunikationsunternehmens.

Im Jahr 2025 haben wir in Deutschland fast 1.700 Ausbildungsplätze angeboten: mehr als 1.200 Plätze für eine berufliche Ausbildung und etwa 470 Plätze für duale Bachelorprogramme.

Top-Absolvent*innen lernen im Rahmen des individuell gestaltbaren Traineeprogramms „**Start up!**“ innerhalb von 18 Monaten verschiedene Bereiche des internationalen Konzerns kennen. Sie sammeln durch herausfordernde Projekte sowie kundenorientierte Einsätze praktische Erfahrungen. Im Berichtsjahr sind 43 neue Trainees gestartet, davon waren 37 % Frauen.

Ergänzend zu unseren Ausbildungs- und Praktikumsangeboten haben wir 2025 in Deutschland die strategische Initiative „Fit4Future“ ins Leben gerufen. Dieses Programm stärkt junge Menschen gezielt in zentralen Zukunftskompetenzen – mit Fokus auf mentale Gesundheit, Finanzkompetenz, Medienkompetenz und persönliche Haltung. Praxisnah, interaktiv und von jungen Mitarbeitenden für junge Talente gestaltet, soll Fit4Future Resilienz, Selbstwirksamkeit und Zukunftsoptimismus fördern. So wollen wir einen konkreten Beitrag zu einer modernen, verantwortungsvollen Ausbildungskultur leisten. In Zusammenarbeit mit den „Start up!“-Trainees aus unseren Vorstandsbereichen konnten wir im Berichtsjahr 26 Sessions zu 20 unterschiedlichen Themen anbieten, die insgesamt etwa 2.600 Mal von jungen Menschen besucht wurden.



Investitionen in unsere Mitarbeitenden und künftigen Fachkräfte: Erfolge 2025



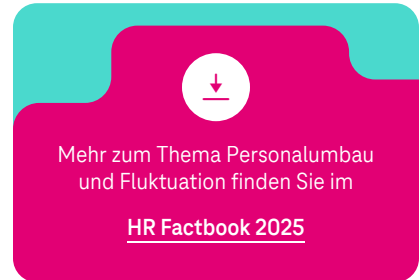
Wir konnten 53 % unserer offenen Positionen mit internen Kandidat*innen besetzen (2024: 56 %; 2023: 51 %, 2022: 33 %).



Außerdem wurden wir erneut mehrfach als attraktiver Arbeitgeber ausgezeichnet.

Strategischer Personalumbau und Transfermanagement

Mit der zunehmend digitalisierten Arbeitswelt geht auch ein komplexer Personalumbau einher. Wir schaffen in Wachstumsfeldern neue Stellen und bauen dafür qualifiziertes Personal auf. In anderen Geschäftsfeldern passen wir Strukturen an und verringern den Personalbestand. Alle Maßnahmen zum Personalumbau gestalten wir für unsere Beschäftigten seit jeher sozialverträglich. Im Berichtsjahr nutzten wir insbesondere Instrumente wie den engagierten Ruhestand, Altersteilzeit und Abfindungen.



Im engen Austausch Perspektiven finden

In Deutschland verfügen wir über ein ganzheitliches Personalumbau- und Transfermanagement. Das Ziel: Mitarbeitende frühzeitig für berufliche Veränderungen gewinnen. Wenn Aufgaben kurz- oder mittelfristig entfallen oder andere Qualifikationen nötig werden, beraten wir die betroffenen Beschäftigten vorausschauend zu den Möglichkeiten einer beruflichen Neuorientierung. Gemeinsam mit den Führungskräften werden interne und externe Beschäftigungsalternativen betrachtet und persönliche Arbeitsmarktprofile erarbeitet. Darüber hinaus unterstützen wir individuelle Bewerbungsprozesse und bieten – wo nötig – Qualifizierungen an.



Seit 2018 haben wir bundesweit im Segment Deutschland rund 3.400 Mitarbeitende beraten. Rund 65 % von ihnen konnten durch diese Beratung neue berufliche Optionen erschließen.

Ein Blick nach vorn

Wir wollen die digitalen Kompetenzen unserer Mitarbeitenden weiter fördern und legen einen klaren Schwerpunkt darauf, KI sinnvoll im Arbeitsalltag einzusetzen. Unser Anspruch ist es, allen Mitarbeitenden einen verantwortungsvollen und wertschöpfenden Umgang mit KI zu ermöglichen. Gleichzeitig achten wir auf das ausgewogene Zusammenspiel von Technologie und Mensch: Neben KI-Kompetenzen stärken wir gezielt zentrale Zukunfts- und Soft Skills. So schaffen wir die Grundlage für langfristigen Erfolg in der digitalen Arbeitswelt.

Deep Dive für Expert*innen

Management & Rahmenwerke

- Wichtige Grundlagen für die verschiedenen Aus- und Weiterbildungs- sowie Entwicklungsmaßnahmen sind in unserem [Menschenrechtskodex](#) und in unseren Leitlinien ([Guiding Principles](#)) festgehalten. Für viele Bereiche der Telekom existieren konkrete Vereinbarungen mit den Sozialpartnern und den Betriebsräten zum Thema Weiterbildung.