CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2014

ERLEBEN, WAS VERBINDET.

INHALTSVERZEICHNIS

5 ÜBER DIESEN BERICHT
7 STATEMENT DES VORSTANDSVORSITZENDEN
8 KONZERNPORTRÄT
10 AUSZEICHNUNGEN
13 PRÜFBESCHEINIGUNG
15 BENUTZERHILFE

17 STRATEGIE & MANAGEMENT
18 VISION
20 WERTE UND LEITLINIEN
22 CR-STRATEGIE
23 HANDLUNGSFELDER
24 ESG KEY PERFORMANCE INDIKATOREN
26 INTERNATIONALISIERUNG
27 CR GOVERNANCE
29 FINANZEN
31 CR-PROGRAMM
37 STAKEHOLDER MANAGEMENT
39 Stakeholder-Erwartungen
41 Ergebnisse des Materiality-Prozesses
44 Formate der Einbeziehung
46 Politische Interessensvertretung
48 COMPLIANCE
51 MENSCHENRECHTE
53 RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT
55 DATENSCHUTZ

56 NETZE
57 NETZ- & INFRASTRUKTURAUSBAU
60 CYBER SECURITY
62 MOBILFUNK UND GESUNDHEIT (EMF)

64 KUNDEN
65 NACHHALTIGE PRODUKTE & DIENSTE
66 Innovationen aus den Wachstumsfeldern
69 Nachhaltige ICT-Lösungen
72 VERBRAUCHER- UND JUGENDSCHUTZ
76 KUNDENZUFRIEDENHEIT
78 GRÜNDERFÖRDERUNG

79 GESELLSCHAFT
80 GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE ERMÖGLICHEN
81 Kompetent in der digitalen Welt
84 Vernetzt in der digitalen Welt
85 Gestärkt für die Zukunft
87 ENGAGEMENT@TELEKOM
89 KULTUR- & SPORTSPONSORING
91 BESCHÄFTIGTE
92 ZUKUNFTSWEISENDE ARBEITSWELT
94 VERANTWORTUNGSVOLLER ARBEITGEBER
96 GESUNDHEIT UND SICHERHEIT
98 AUSBILDUNG UND ENTWICKLUNG
101 VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT
104 MITARBEITERZUFRIEDENHEIT UND PARTIZIPATION

105 LIEFERANTEN
106 STRATEGIE ZUR NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF
109 LIEFERANTENMANAGEMENT
111 AUDITERGEBNISSE 2014
113 RESSOURCENKNAPPHEIT UND ROHSTOFFGEWINNUNG

114 KLIMA & UMWELT
115 KLIMASCHUTZSTRATEGIE
118 KLIMASCHUTZMASSNAHMEN
119 Energieeffizienz im Netz
122 Energieeffiziente Gebäude
123 Klimaschonende Mobilität
125 RESSOURCENEFFIZIENZ UND UMWELTSCHUTZ

127 KENNZAHLEN
128 Ökonomische Kennzahlen
128 Nachhaltiges Investment
130 Lieferanten
132 Finanzielle Kennzahlen
136 ÖKOLOGISCHE KENNZAHLEN
136 Energie
139 CO_2-Emissionen
143 Mobilität
147 Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen
151 Weitere ökologische Daten
154 SOZIALE KENNZAHLEN
154 Gesellschaftliches Engagement
156 Mitarbeiterzufriedenheit
159 Diversity & Altersvorsorge
164 Aus- & Weiterbildung
167 Mitarbeitergesundheit
169 Mitarbeiterzahlen
174 Ideenmanagement

175 IMPRESSUM
176 HAFTUNGSAUSSCHLUSS

ÜBER DIESEN BERICHT

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

Den Titel „Wir leben Verantwortung." verwenden wir zum siebten Mal in Folge, da er Ausdruck für ein dauerhaftes Bekenntnis zu CR bei der Telekom ist. Wir möchten als verantwortungsvolles Unternehmen eine führende Rolle in unserer Branche einnehmen. Hierbei dient uns der CR-Bericht als zentrales Kommunikationsmedium: Wir legen unseren internen als auch externen Anspruchsgruppen offen, welche Fortschritte wir zwischen März 2014 und Februar 2015 auf diesem Weg erreicht haben und welche Ziele wir uns für die Zukunft setzen.

WEITERE QUELLEN ZU CR-RELEVANTEN INHALTEN

Neben dem vorliegenden CR-Online-Bericht 2014 stellen wir unter anderem im Geschäftsbericht, und im Bericht „Datenschutz und Datensicherheit" Informationen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zur Verfügung. Unter der Überschrift „Verantwortung" berichten wir im Internet-Auftritt des Telekom-Konzerns über dessen aktuelle Aktivitäten im Zusammenhang mit CR. Die internationalen Landesgesellschaften geben auf ihren Internet-Portalen und in eigenen Publikationen Auskunft über ihr CR-Engagement.

Um die Komplexität unserer Berichterstattung zu reduzieren, sind an vielen Stellen Verlinkungen mit anderen internen und externen Websites gesetzt. So sind die Informationsangebote der Landesgesellschaften beispielsweise über deren jeweilige Profilseitenim CR-Bericht 2014 zugänglich.

BERICHTSZEITRAUM, GELTUNGSBEREICH UND ZIELGRUPPEN

Als Konzernbericht schließt der CR-Bericht 2014 viele Landesgesellschaften ein, an denen die Telekom mehrheitlich beteiligt ist. Er knüpft an den CR-Bericht 2013 an. Der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen erstreckt sich vom 1. März 2014 bis zum 28. Februar 2015. Alle quantitativen Daten und Kennzahlen beziehen sich auf das Kalenderjahr 2014. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet. Mit dem vorliegenden CR-Bericht wenden wir uns an unsere Stakeholder. Dazu gehören Analysten und Investoren, CR-Ranking- und Ratingagenturen sowie Nichtregierungsorganisationen, aber auch alle übrigen Interessengruppen, wie beispielsweise Kunden, Beschäftigte, Vertreter aus Wissenschaft, Forschung, Bildung oder Politik.

IM RÜCKBLICK: CR-BERICHTERSTATTUNG DER DEUTSCHEN TELEKOM

Bereits seit 1996 berichtet die Deutsche Telekom in verschiedenen Publikationen über ihre Nachhaltigkeitsaktivitäten. Von 2003 bis einschließlich 2006 veröffentlichten wir jedes Jahr einen kombinierten Personal- und Nachhaltigkeitsbericht. Mit einem Zwischenbericht im Jahr 2007 schufen wir den Übergang zur heutigen CR-Berichterstattung. Seit 2008 legt der Telekom-Konzern jährlich einen ausführlichen CR-Bericht vor.

ONLINE-BERICHTERSTATTUNG SEIT 2010

Um den gestiegenen Anforderungen und veränderten Nutzungsgewohnheiten unserer Stakeholdergerecht zu werden, veröffentlichen wir unseren CR-Bericht seit dem Berichtsjahr 2010/2011 ausschließlich im Internet. Der CR-Online-Bericht 2014 ist seit dem 30. April 2015 in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Das Interesse an den Inhalten unserer CR-Berichterstattung ist hoch. Dies zeigt sich auch daran, dass noch im März 2015 – einen Monat nach Ende des Berichtszeitraums – über 2700 Besucher darauf zugriffen.

Die Startseite ermöglicht dem Leser mit drei globalen Themen, die für unsere Stakeholder von sehr hoher Relevanz sind, einen leichten Einstieg in den umfassenden Bericht: Schutz der Kundendaten, Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette und chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft. Wir gehen auf den öffentlichen Diskurs zu jedem Thema ein und veranschaulichen an Beispielen, wie sich die Telekom diesen gesellschaftlichen Herausforderungen stellt.

Zu Beginn jeder weiterführenden Seite findet sich ein kurzer Absatz, in dem teils erläutert wird, weshalb die angesprochenen Themen für eine nachhaltige Entwicklung und einen nachhaltigen Geschäftserfolg der Telekom wesentlich sind. Ein Download-Bereich, Such- und Dialogfunktionen sowie interaktiv aufbereitete Kennzahlen schaffen zusätzlichen Komfort für den Leser. Der Infokorb bietet ergänzend die Möglichkeit, Inhalte individuell zu einem PDF zusammenzustellen.

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

Der Bericht konzentriert sich auf Inhalte aus dem Berichtszeitraum. Ergänzt wird er durch die Formate „CR-Wissen" und das „Socially-Responsible-Investment(SRI)-Wissen". Sie enthalten zu vielen Themen Hintergrundinformationen, die mithilfe von Links im Text aufgerufen werden können. Das „CR-Wissen" kann darüber hinaus direkt über die Marginalspalte geöffnet werden.

Parallel zum vorliegenden Online-Bericht haben wir auch in diesem Jahr ein E-Paper mit einer Zusammenfassung ausgewählter Fortschritte im Berichtszeitraum herausgegeben. Es trägt den Titel „Corporate Responsibility 2014 im Überblick. Wir leben Verantwortung“.
Ergänzend zum Online-CR-Bericht der Telekom nutzen wir seit 2014 das regelmäßig erscheinende App-Magazin„We Care“, um eine breite Zielgruppe für das Thema unternehmerische Verantwortung zu begeistern und zum Mitmachen anzuregen.

AUSWAHL DER ZENTRALEN THEMEN FÜR DEN CR-BERICHT 2014

Zur Auswahl der zentralen Berichtsthemen führten wir einen mehrstufigen Materiality- beziehungsweise Wesentlichkeitsprozessdurch. Er ist fester Bestandteil unserer jährlichen CR-Berichterstattung und hilft uns jene Themen zu identifizieren, die für uns und unsere Stakeholder von größter Relevanz sind.

STRUKTUR DES VORLIEGENDEN ONLINE-BERICHTS

Der CR-Online-Bericht 2014 ist als Fortschrittsbericht konzipiert, in dem der Fokus auf den wesentlichen Entwicklungen im Berichtszeitraum liegt. Über die Navigationsleiste gelangt der Leser zu den sechs zentralen Kapiteln des Berichts:

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

Ergänzt werden diese durch drei weitere Kapitel:

- Im Kapitel „Strategie & Management“ werden die Steuerung der CR-Prozesse und die konzernweite Verankerung der CR-Strategie der Telekom dargestellt.

- Ein Großteil der Landesgesellschaften, deren CR-Aktivitäten in diesem Bericht beschrieben sind, präsentiert sich mit einer eigenen Profilseite. Diese Seiten sind als Unterseiten des Menüpunkts „Landesgesellschaften“zu finden.

- Im Kapitel „Kennzahlen“ geben konsolidierte und kommentierte Kennzahlen Aufschluss über unsere Fortschritte in den vergangenen Jahren.

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG

Ausgewählte Kennzahlen des CR-Berichts 2014 aus Deutschland sowie von den Landesgesellschaften T-HT Hrvatski Telekom (Kroatien), Magyar Telekom (Ungarn), OTE und Cosmote (Griechenland) sowie T-Mobile USA wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen.

Gemäß unserer Berichterstattung nach den Leitlinien des international anerkannten Standards GRI G4 (Core) der Global Reporting Initiative wurden alle im GRI-Indexmarkierten Indikatoren von einer unabhängigen Wirtschaftsprüfungsgesellschaft geprüft. Eine Bescheinigung über die betriebswirtschaftliche Prüfung befindet sich unter dem Menüpunkt Prüfbescheinigung. Alle testierten Inhalte dieses Berichts sind mit gekennzeichnet und haben unverändert Bestand bis zur Veröffentlichung des nächsten CR-Berichts.

UMSETZUNG INTERNATIONALER REPORTINGSTANDARDS

Der CR-Bericht 2014 der Telekom erfüllt die geltenden Leitlinien (G4 Core) der Global Reporting Initiative (GRI).

Der vorliegende CR-Bericht 2014 dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – CoP) der Telekom im Rahmen des Global Compactder Vereinten Nationen. Einen Überblick über konkrete Maßnahmen zur Verwirklichung der Global-Compact-Prinzipien bietet der Global-Compact-Fortschrittsbericht.

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

STATEMENT DES VORSTANDSVORSITZENDEN

Liebe Leserinnen und Leser,

2014 war ein erfolgreiches Jahr für die Deutsche Telekom. Wir haben investiert, ausgebaut und die hohe Qualität unserer Netze weiter gesteigert. Unsere guten Umsatzzahlen belegen: Die Telekom befindet sich auf dem besten Weg zu ihrem Ziel, Europas führender Telekommunikationsanbieter zu werden. Mit diesem Anspruch setzen wir auf Innovation und Verantwortung für eine nachhaltige Entwicklung.

Unsere Dienste sollen Menschen verbinden und allen die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft ermöglichen. Deshalb investieren wir weiterhin verstärkt in den flächendeckenden Ausbau unserer Netzinfrastruktur. Zugleich schaffen wir mit umfassenden Bildungsprogrammen die Voraussetzungen für eine sichere Nutzung unserer Dienste. Außerdem helfen wir mit der „Ich kann was!"-Initiative benachteiligten Kindern und Jugendlichen beim Aufbau individueller Kompetenzen und stärken ihr Selbstbewusstsein.

Wir müssen aber auch sicherstellen, dass unsere Kunden Vertrauen in unsere Dienste haben. Im Datenschutz wenden wir seit Jahren höchste Standards an. Diese haben wir unter anderem mit unserem Zehn-Punkte-Programm für mehr Sicherheit im Netz weiter präzisiert.

Als verantwortungsvolles Unternehmen ist es darüber hinaus unser Anspruch, einen Beitrag zur Lösung gesellschaftlicher Herausforderungen zu leisten. Wir entwickeln wegweisende Lösungen zur Sicherstellung einer flächendeckenden Gesundheitsversorgung und für den Aufbau einer energieeffizienten Gesellschaft. Zum Beispiel helfen wir Unternehmen durch die Auslagerung ihrer IT in unsere hocheffizienten Rechenzentren, ihren Energieverbrauch signifikant zu senken.

In unserer gesamten Wertschöpfungskette engagieren wir uns für Nachhaltigkeit. Wir sind bei der Steuerung unserer Klimaschutzmaßnahmen einen wesentlichen Schritt vorangekommen, indem wir auch die indirekten CO_2-Emissionen unserer Kunden und Lieferanten messen. In unserer Lieferkette legen wir Wert auf hohe ökologische und soziale Standards, die wir umfassend überprüfen. Wir setzen auf langfristige Einkaufsbeziehungen und verfolgen bei der Weiterentwicklung unserer Zulieferer einen partnerschaftlichen Ansatz.

Gesellschaftliche Verantwortung ist nicht zuletzt eine Frage der Grundsätze. Deshalb möchte ich unser Bekenntnis zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen und zum Deutschen Nachhaltigkeitskodex an dieser Stelle noch einmal ausdrücklich bekräftigen. Darüber hinaus lade ich Sie herzlich ein, im vorliegenden Bericht nachzulesen, wie wir die damit verbundenen Ansprüche in die Tat umsetzen.

Ihr Tim Höttges



Tim Höttges, Vorstandsvorsitzender, Bonn, Deutschland.

KONZERNPORTRÄT

Die Deutsche Telekom gehört mit rund 151 Millionen Mobilfunk-Kunden, 30 Millionen Festnetz- und mehr als 17 Millionen Breitbandanschlüssen zu den führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen weltweit.

Unseren Kunden bieten wir Produkte und Dienstleistungen aus den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-TV für Privatkunden sowie Lösungen der Informations- und Kommunikationstechnik für Groß- und Geschäftskunden.

Die Deutsche Telekom ist in mehr als 50 Ländern vertreten. Im Geschäftsjahr 2014 haben wir mit weltweit rund 228.000 Mitarbeitern einen Umsatz von 62,7 Milliarden Euro erwirtschaftet – mehr als 60 Prozent davon außerhalb Deutschlands.

Damit wir auch weiterhin erfolgreich sein können, entwickeln wir uns schon heute von der klassischen Telefongesellschaft hin zu einer Servicegesellschaft ganz neuen Typs. Das Kerngeschäft, also der Be- und Vertrieb von Netzen und Anschlüssen, bleibt dabei die Basis. Aber zugleich engagieren wir uns offensiv in Geschäftsfeldern, in denen sich für uns neue Wachstumschancen eröffnen.

Wir glauben an die Vereinbarkeit von wirtschaftlichen, sozialen und ökologischen Aspekten und legen Nachhaltigkeit unserem gesamten geschäftlichen Handeln zugrunde. Dass wir als erstes Dax-30-Unternehmen eine Frauenquote im Management eingeführt haben, oder den gesamten Strombedarf in Deutschland aus regenerativer Energie decken, sind nur zwei Beispiele dafür. Anders ausgedrückt: Wir wollen ein Unternehmen sein, das seine Kunden begeistert, das für seine Anleger Wert schafft und in dem die Mitarbeiter gerne arbeiten.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM JAHR 2014

Im Geschäftsjahr 2014 stieg der Konzernumsatz deutlich um 4,2 %. Insbesondere unser operatives Segment USA trug durch den Einbezug der MetroPCS seit Mai letzten Jahres sowie den ungebrochen starken Zugang an Neukunden zu dieser Umsatzentwicklung bei. Unser operatives Segment Deutschland musste insgesamt leichte Umsatzrückgänge hinnehmen. Entscheidungen von Regulierungsbehörden sowie wettbewerbsbedingte Preisreduzierungen belasteten unseren Umsatz im operativen Segment Europa. Der Umsatzbeitrag unseres operativen Segments Systemgeschäft entwickelte sich infolge der Neuausrichtung des Geschäftsmodells zur Schaffung nachhaltigen Wachstums rückläufig.

Konzernüberschuss/-fehlbetrag

Der Konzernüberschuss erhöhte sich deutlich auf 2,9 Mrd. €. Positiv wirkte insbesondere der Ertrag aus den Veräußerung der Scout24 Gruppe von insgesamt 1,7 Mrd. €. Positiv wirkten sich auch Erträge aus einer in den USA vollzogenen Transaktion über den Erwerb sowie Tausch von Mobilfunkspektrum von rund 0,4 Mrd. € aus. Vermindernd wirkten Aufwendungen aus der Abschaltung des CDMA-Netzes von MetroPCS von rund 0,3 Mrd. €. Wertminderungen auf Goodwill und andere langfristige Vermögenswerte lagen mit 0,1 Mrd. € um 0,7 Mrd. € unter denen des Vorjahres. Gegenläufig wirkten sich um 0,4 Mrd. € höhere planmäßige Abschreibungen insbesondere im operativen Segment USA aus.

Ausführliche Informationen zur Geschäftsentwicklung und zu den Finanzdaten der Telekom sind im Geschäftsbericht 2014 veröffentlicht.

KONZERNSTRUKTUR UND OPERATIVE SEGMENTE

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

Auf einen Blick: Organisationsstruktur



- **Deutschland:** Das operative Segment Deutschland umfasst sämtliche Aktivitäten des Festnetz- und Mobilfunk-Geschäfts in Deutschland. Darüber hinaus erbringt es Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente im Konzern.

- **USA:** Das operative Segment USA umfasst sämtliche Mobilfunk-Aktivitäten auf dem US-amerikanischen Markt.

- **Europa:** umfasst sämtliche Festnetz- und Mobilfunk-Aktivitäten der Landesgesellschaften in Griechenland, Rumänien, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik, Kroatien, den Niederlanden, der Slowakei, Österreich, Albanien, EJR Mazedonien und Montenegro. Das Joint Venture EE in Großbritannien, das zuvor dem operativen Segment Europa zugewiesen war, wurde zum 1. Januar 2014 in das Segment Group Headquarters & Group Services überführt. Neben dem Privatkundengeschäft bieten einzelne Landesgesellschaften auch Geschäftskunden ICT-Lösungen an. Am 30. Mai 2014 haben wir die Übernahme der GTS Central Europe Gruppe (GTS) abgeschlossen; seitdem hilft uns GTS dabei, den internationalen Geschäftskundenbereich weiterzuentwickeln. Ebenso zum operativen Segment Europa gehören die Bereiche International Carrier

Sales & Solutions (ICSS), Group Technology und die Global Network Factory (GNF): ICSS erbringt hauptsächlich Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente in unserem Konzern, Group Technology sorgt für die effiziente und kundengerechte Bereitstellung von Technologien, Plattformen und Services für Mobilfunk und Festnetz, und GNF gestaltet und betreibt ein weltweites Netzwerk, um Wholesale-Kunden Sprach- und Datenkommunikation anzubieten.

- **Systemgeschäft:** Das operative Segment Systemgeschäft betreibt mit einer weltumspannenden Infrastruktur aus Rechenzentren und Netzen die Informations- und Kommunikationstechnik für global aufgestellte Unternehmen und öffentliche Institutionen. Auf dieser Basis stellt T-Systems Kunden in aller Welt integrierte Lösungen für die vernetzte Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft zur Verfügung. Aber auch für kleine und mittelständische Unternehmen bietet das operative Segment ICT-Lösungen für eine zunehmend komplexer werdende digitale Welt an. Kern des Angebots sind Services aus der Cloud, M2M- und Sicherheitslösungen, sich ergänzende, hochstandardisierte Produkte aus Mobilfunk und Festnetz sowie Lösungen für virtuelle Zusammenarbeit und IT-Plattformen. Sie bilden die Basis für digitale Geschäftsmodelle der Unternehmenskunden.

- **Group Headquarters & Group Services:** Das Segment Group Headquarters & Group Services besteht aus der Service-Zentrale und den Beteiligungen der Deutschen Telekom AG, die nicht den operativen Segmenten zugeordnet sind.

AUSZEICHNUNGEN

Wir freuen uns über die Listung in renommierten Nachhaltigkeitsrankings und -ratings und über zahlreiche Auszeichnungen und Zertifizierungen im Berichtszeitraum. Auch die Landesgesellschaften wurden in den unterschiedlichsten Bereichen für ihr CR-Engagement ausgezeichnet. Eine Übersicht darüber ist auf den jeweiligen Profilseiten der Landesgesellschaftenzu finden. Im Kapitel Strategie & Management präsentieren wir unsere aktuellen Positionen in Ratings und Rankings.

AUSZEICHNUNGEN UND ZERTIFIKATE

Strategie & Management

„Platin“ in der Kategorie „Online Reporting“ beim „Econ Award Unternehmenskommunikation 2014“ für den CR-Bericht 2013.



RobecoSAM Sustainability Yearbook 2014:
Bronze Award



Netze

connect (01/2015):
Netztest im vierten Jahr in Folge mit Bestnote bestanden



connect (08/2014): T
elekom Branchensieger mit Bestleistungen



Stiftung Warentest (06/2014):
Telekom seit zwei Jahren auf Platz 1



Chip Netztest (2014/2015):
Vorsprung bei Telefonie und mobilem Internet ausgebaut



Telecom Handel Leserwahl 2014:
Zum dritten Mal in Folge bester Mobilfunkanbieter des Jahres



Kunden

Sieger im Connect Hotlinetest:
Deutsche Telekom führend bei Kundenvertrauen.

2. Platz für umweltfreundliches Truckmanagement beim Big Data Awards der Zeitschrift Computerwoche

European Visionary Innovation Leadership Award 2014 für Smart Home Lösung QIVICON

Beschäftigte

Auszeichnung als einer der Top-20-Arbeitgeber im IT-Geschäft Deutschlands und Sonderauszeichnung "Best in industry in Telecommunication and Networks" durch das „trendence Graduate Barometer Germany“

1. Platz bei der Studie „Online Talent Communication 2015“ für die Karriereseite und den Online-Karriereauftritt.

Auszeichnung durch den HR Excellence Award 2014
in der Kategorie Personaldiagnostik

Trendence Award – „Employer Branding Innovation 2014“ für Blind Applying - die HR-Innovation 2014

Frauen im Fokus - 1. Platz im „Female Recruiting Award“



Silberrang in der APRIORI-Studie 2014 für unsere innovative Karriereseite und unsere mobilen Recruiting-Kanäle

Fünffache Auszeichnung von T-Systems Südafrika für ihr Engagement, mehr Chancengleichheit unter den Geschlechtern herzustellen durch die „Gender Mainstreaming Awards“: Jeweils erster Platz in den Kategorien „Women on Board“, „Gender and Poverty Alleviation“ und „Investing in Young Women“, zweiter Platz in der Kategorie „Empowerment Initiatives Award“ und zusätzliche Auszeichnung durch den „Gender Mainstreaming“-Gesamtpreis.

Die bei T-Systems Singapur gelebte Vielfalt und Inklusion wurde durch den „Exemplary Employer Award 2014“ der „Tripartite Alliance for Fair and Progressive Employment Practices“ ausgezeichnet.

TAFEP
XEMPLARY EMPLOYEI

Auszeichnung durch den „Corporate Health Award“für herausragende Leistungen im Betrieblichen Gesundheitsmanagement

CORPORATE
HEALTH AWARD
2014

Auszeichnung für vorbildliches Vorgehen bei der Darmkrebsvorsorge mit dem „Felix-Burda-Award“

FELIX BURDA AWARD

2. Preis beim Deutschen Preis für betriebliche Altersvorsorge in der Kategorie Großunternehmen: T-Systems International „M&A-Deals und der Wunsch nach einer einheitlichen bAV-Landschaft - die Quadratur des Kreises?“

bAV
Deutscher Preis

Lieferanten
1. Platz in der Studie „Sustainable Supply Chain Review“

Sustainable
Supply Chain Review

Klima & Umwelt
„Code of Conduct Data Centre Award 2014“

CODE OF
CONDUCT
DATA CENTRES

PRÜFBESCHEINIGUNG

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit hinsichtlich der Beschreibung der zur Erstellung des Nachhaltigkeitsberichtes erforderlichen Wesentlichkeitsanalyse sowie ausgewählter Angaben im Nachhaltigkeitsbericht der Deutsche Telekom AG, Bonn, (Im Folgenden: "Gesellschaft") für das Geschäftsjahr vom 1. Januar bis 31. Dezember 2014 (im Folgenden: „CR-Bericht") durchgeführt. Die von der Gesellschaft ausgewählten und durch uns beurteilten Nachhaltigkeitsinformationen wurden im CR-Bericht mit einem Symbol gekennzeichnet.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter

Der Vorstand der Gesellschaft ist verantwortlich für die Erstellung des CR-Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien.

Diese Verantwortung umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Erstellung des CR-Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Nachhaltigkeitsangaben, die unter den gegebenen Umständen plausibel sind. Zum anderen umfasst die Verantwortung die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen, soweit sie für die Erstellung des CR-Berichts von Bedeutung sind.

Unabhängigkeit und Qualitätssicherung der Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Wir haben die Anforderungen an die Unabhängigkeit sowie weitere berufliche Verhaltensanforderungen des Verhaltenskodex für Berufsangehörige ("Code of Ethics for Professional Accountants") des International Ethics Standards Board for Accountants (IESBA-Kodex), der auf den fundamentalen Grundsätzen der Integrität, Objektivität, berufliche Kompetenz und erforderliche Sorgfalt, Verschwiegenheit sowie berufswürdiges Verhalten basiert, eingehalten.

Unsere Wirtschaftsprüfungsgesellschaft wendet den International Standard on Quality Control 1 an und unterhält dementsprechend ein umfangreiches Qualitätssicherungssystem, das dokumentierte Regelungen und Maßnahmen in Bezug auf die Einhaltung beruflicher Verhaltensanforderungen, beruflicher Standards sowie maßgebenden gesetzlichen und anderen rechtlichen Anforderungen umfasst.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers

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

- die mit einem Häkchen gekennzeichnete Beschreibung der zur Erstellung des CR-Berichts erforderlichen Wesentlichkeitsanalyse zur Festlegung der Berichtsinhalte und Abgrenzung der Aspekte nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien "Einbeziehung von Stakeholdern", "Nachhaltigkeitskontext", "Wesentlichkeit" und "Vollständigkeit" der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 der GRI steht oder bei der Erstellung des Nachhaltigkeitsberichtes nicht angewandt wurde,

- die mit einem Häkchen gekennzeichneten und im CR-Bericht dargestellten Management-Ansätze nicht in Übereinstimmung mit den Anforderungen der Standardangabe G4-DMA der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 ermittelt wurden oder

- die mit einem Häkchen gekennzeichneten quantitativen Angaben im CR-Bericht der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2014 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Vollständigkeit, Vergleichbarkeit, Genauigkeit, Klarheit, Aktualität und Verlässlichkeit der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 der GRI erstellt worden sind.

Nicht Gegenstand unseres Auftrags war die materielle Prüfung produktbezogener oder dienstleistungsbezogener Angaben (z.B. CO_2 freie Angebote) im CR-Bericht sowie Verweise auf externe Dokumentationsquellen oder Expertenmeinungen sowie zukunftsbezogener Aussagen.

Darüber hinaus wurden wir beauftragt, auf Basis der Ergebnisse unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der Nachhaltigkeitsberichterstattung auszusprechen.

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

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

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers.

Im Rahmen unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung haben wir unter anderem folgende Tätigkeiten hinsichtlich der mit einem Häkchen gekennzeichneten Wesentlichkeitsanalyse, Managementansätze sowie der Kennzahlen durchgeführt:

- Einsichtnahme in die Unterlagen und Vorgaben zur Nachhaltigkeitsstrategie und –management sowie Verschaffung eines Verständnisses der Organisationsstruktur der Gesellschaft;
- Befragung von verantwortlichen Mitarbeitern über die relevanten Prozesse und über das interne Kontrollsystem;
- Aufnahme der Verfahren und Einsichtnahme in die Dokumentation der Systeme und Prozesse hinsichtlich Erhebung der Nachhaltigkeitsinformationen sowie deren stichprobenartige Überprüfung;
- Prüfung ausgewählter quantitativer Angaben für die Auslandsgesellschaften:
  - OTE A.E, Griechenland
  - Cosmote Mobile Telecommunications S.A, Griechenland
  - Magyar Telekom Group, Ungarn
  - Hrvatski Telekom, Kroatien
  - T-Mobile USA
- Analytische Beurteilung der relevanten Angaben;
- Abgleich von ausgewählten Daten mit den entsprechenden Angaben im Geschäftsbericht 2014 der Gesellschaft;
- Einsichtnahme in interne Dokumente, Verträge und Rechnungen/ Berichte von externen Dienstleistern.

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

- die mit einem Häkchen gekennzeichnete Beschreibung der zur Erstellung des CR-Berichts erforderlichen Wesentlichkeitsanalyse zur Festlegung der Berichtsinhalte und Abgrenzung der Aspekte nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien "Einbeziehung von Stakeholdern", "Nachhaltigkeitskontext", "Wesentlichkeit" und "Vollständigkeit" der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 der GRI steht oder bei der Erstellung des CR-Berichts nicht angewandt wurde,
- die mit einem Häkchen gekennzeichneten und im CR-Bericht dargestellten Management-Ansätze nicht in Übereinstimmung mit den Anforderungen der Standardangabe G4-DMA der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 ermittelt wurden oder
- die mit einem Häkchen gekennzeichneten quantitativen Angaben im CR-Bericht der Gesellschaft für das Geschäftsjahr 2014 in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien Vollständigkeit, Vergleichbarkeit, Genauigkeit, Klarheit, Aktualität und Verlässlichkeit der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 4 der GRI erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise - Empfehlungen
Ohne das oben dargestellte Urteil einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Wesentlichkeitsprozesses der Gesellschaft aus:

- Weiterentwicklung der Darstellung wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Auswirkungen der Organisation sowie des Einflusses auf Entscheidungen von Stakeholdern im Rahmen der Materialitätsanalyse gemäß der GRI G4 Anforderungen
- Noch umfassendere Anwendung der GRI G4 Orientierungshilfe bei der Darstellung der Managementansätze

München, den 5. Mai 2015

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hendrik Fink
Wirtschaftsprüfer

ppa. Dr. Patrick Albrecht

BENUTZERHILFE

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

ZENTRALER TEXT

Überschriften mit Aufklappfunktion

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

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

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

Kennzahlengrafiken

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

SERVICE-RUBRIKEN IN DER RECHTEN MARGINALIE

Dieses Kapitel

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

Darüber hinaus finden Sie folgende Funktionen:

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

Meine Lesezeichen

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

Linktipps

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

- **CR 2014 im Überblick:** Ausgewählte Informationen aus dem Berichtszeitraum zusammengefasst in unserem E-Paper „Corporate Responsibility 2014 im Überblick. Wir leben Verantwortung" (Online-Ansicht oder PDF)
- **Interaktives Kennzahlen-Tool:** Das interaktive Kennzahlen-Tool ermöglicht einen Vergleich der Kennzahlen des Konzerns sowohl über mehrere Jahre als auch zwischen ausgewählten Konzerngesellschaften. Sie können die Werte in Tabellen, Balken- oder Liniendiagrammen dargestellt aufrufen. Für den Vergleich zwischen einzelnen Konzerngesellschaften öffnen Sie im Fenster oben links den Rollbalken und wählen dort die Option „Vergleich der Gesellschaften". Die Darstellung berücksichtigt auch wesentliche Hintergrundinformationen zur Entwicklung bestimmter Werte für die Jahre 2009 bis 2014. Die Information erscheint in einem kleinen Fenster, wenn Sie den Mauszeiger über das Symbol führen. Bei einem Klick auf das Symbol wird der Text unterhalb der Tabelle eingeblendet. Diese Option soll signifikante Veränderungen der Werte nachvollziehbarer machen. Ergänzend wird unter jeder Kennzahl deren Relevanz für unterschiedliche Berichtsstandards kenntlich gemacht.
- **App-Magazin „We Care":** Unterhaltsam aufbereitete Informationen zum Thema CR für Smartphone oder Tablet

CR-Wissen: Zusätzliche Hintergrundinformationen zu einzelnen Themen oder Begriffen des CR-Berichts – auch direkt im Text per Mausklick auf die mit dem Symbol gekennzeichneten Begriffe aufzurufen (als Online-Ansicht)

SERVICE-RUBRIKEN IN DER LINKEN MARGINALIE

Social Media

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

OBERE SERVICE-ZEILE

Glossar

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

Übersicht

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

Suchfunktion

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

English/Deutsch

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

SERVICE-RUBRIKEN IN DER FUSSZEILE

Ihr Feedback

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

Mehr erfahren

In der Rubrik „Mehr erfahren" erhalten Sie verschiedene Zusatzinformationen:

- CR-Wissen: Zusätzliche Hintergrundinformationen zu einzelnen Themen oder Begriffen des CR-Berichts – auch direkt im Text per Mausklick auf die mit dem Symbol gekennzeichneten Begriffe aufzurufen (als Online-Ansicht)

- Verantwortungsportal: Im Verantwortungsportal der Deutschen Telekom werden neben grundsätzlichen Informationen vor allem News zum CR-Engagement der Telekom zur Verfügung gestellt.

Publikationen

Unter „Publikationen" stehen weiterführende Berichte wie der Geschäfts- oder Datenschutzbericht 2014 zur Verfügung.

Hilfreiche Links

- **Download Center:** Hier finden Sie den gesamten CR-Bericht 2014 oder einzelne Kapitel sowie weitere wichtige CR-Veröffentlichungen der letzten Jahre als PDF zum Herunterladen.

- **Medienarchiv:** Hier gelangen Sie zu einer Auswahl von Videosaus den CR-Berichten der letzten Jahre.

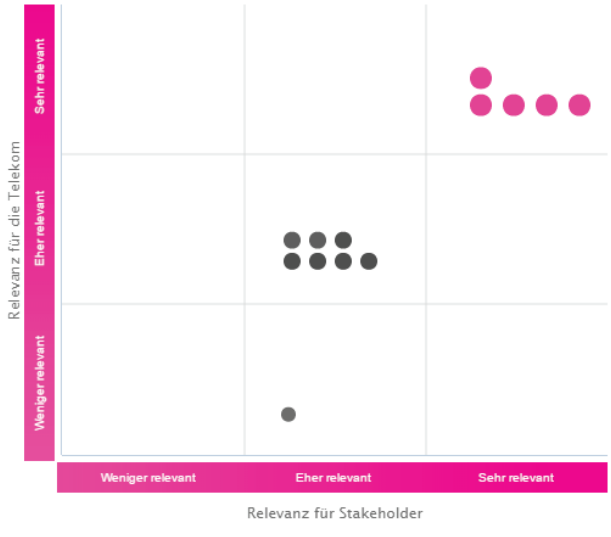
STRATEGIE & MANAGEMENT

Um die Achtung der Menschenrechte in unserem gesamten Konzern sicherzustellen, haben wir alle unsere 111 vollkonsolidierten Konzerngesellschaften umfassend überprüft.

Wir stehen zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung – innerhalb des Konzerns, aber auch darüber hinaus. Deshalb verfolgen wir einen umfassenden strategischen Ansatz mit verantwortungsvollen Führungsprinzipien, messbaren Zielen und geprüften Managementinstrumenten.

Wir legen großen Wert darauf, unsere Stakeholder in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für sie und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):

Themengewichtung –



- Nachhaltigkeit im Kerngeschäft
- Schutz der Kundendaten
- Menschenrechte
- Einbindung von Interessengruppen
- Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit
- Compliance
- Ökonomische, ökologische, soziale Chancen und Risiken
- Werte und Standards
- Zertifizierte Managementsysteme für Arbeitssicherheit und Umwelt
- Nachhaltige Kapitalanlagen
- Politische Interessensvertretung
- Marktregulierungsthemen
- Schutz der Mitarbeiterdaten

VISION

„SICHERE NETZE FÜR EINE NACHHALTIGE ENTWICKLUNG“

Thomas Kremer, Vorstand Datenschutz, Recht und Compliance, hatte im Berichtsjahr kommissarisch auch die Funktion des Personalvorstands inne. Er übernahm damit zugleich die Verantwortung für Corporate Responsibility im Unternehmen. Im Gespräch geht er auf die Herausforderungen ein, denen sich die Deutsche Telekom in diesem Bereich stellt und gibt einen Ausblick auf das künftige Nachhaltigkeitsengagement des Konzerns.

Herr Kremer, Telekommunikations-Produkte und Dienste bestimmen zunehmend unseren Alltag. Kann die Telekom diese tatsächlich nachhaltiger machen?

Definitiv. Denken Sie beispielsweise an den Klimaschutz: Telekommunikation unterstützt uns tagtäglich dabei, den Ausstoß von Treibhausgasen zu verringern. So machen intelligente Stromzähler oder Smart Home-Lösungen unser Zuhause komfortabler, sicherer und energieeffizienter. Außerdem helfen wir beispielsweise Unternehmen durch Auslagerung von Daten in die Cloud, ihren CO_2-Fußabdruck deutlich zu verkleinern. Selbst in der Landwirtschaft können wir mit intelligenter Vernetzung dazu beitragen, CO_2-Emissionen zu reduzieren.

Dabei geht es uns aber nicht nur um die Umwelt. Intelligente Vernetzung bedeutet für uns: Alle Daten sind jederzeit schnell und zuverlässig verfügbar.Unsere Sicherheitsstandards sind dabei so hoch wie nie zuvor. Das gilt insbesonders für unsere Gesundheitsdienste: Wir stehen vor der Herausforderung, eine alternde Gesellschaft flächendeckend medizinisch zu versorgen. Hier können wir mit unseren Produkten zum Wohle von Patienten sowie zur Unterstützung von Ärzten und Kliniken einen wichtigen Beitrag leisten. Mit dem Universitätsklinikum Dresden haben wir 2014 beispielsweise eine IT-Plattform zur Vernetzung von Gesundheitsdienstleistungen entwickelt, die europaweit Maßstäbe setzt. Und selbstverständlich spielt dabei der Schutz personenbezogener Daten vor unberechtigten Zugriffen eine ganz entscheidende Rolle.

Aber unsere Verantwortung schließt nicht nur nachhaltige Produkte und Dienstleistungen für unsere Kunden ein. Wir haben uns selbst hohe soziale und ökologische Standards auferlegt und verlangen auch von unseren Lieferanten, diese einzuhalten. 2014 haben wir deren Umsetzung bei 72 Prozent unserer Lieferanten– gemessen am Einkaufsvolumen – überprüft. Wir unterstützen unsere Lieferanten bei der Sicherstellung ökologischer Standards in ihrer eigenen Wertschöpfung.

Die Vorteile digitaler Dienste kann nur nutzen, wer über entsprechende Fähigkeiten und Technologien verfügt. Die Möglichkeiten zur Nutzung dieser Dienste sind aber ungleich verteilt. Laufen wir Gefahr, dass die Digitalisierung Teile der Gesellschaft abhängt?



Dieses Risiko besteht durchaus. Aber wir dürfen nicht zulassen, dass es dazu kommt. Deshalb setzt die Deutsche Telekom auf schnelle und sichere Netze für alle und investiert massiv. Das alleine reicht aber nicht. Wichtig ist auch der enge Schulterschluss von Politik und Wirtschaft. Deshalb haben wir unter anderem mehr als 5000 Kooperationsverträge mit Kommunen für den Breitbandausbau geschlossen.

Die Nutzung unserer Internetportale und Dienste bietet viele Möglichkeiten, birgt jedoch auch Gefahren. Deshalb ist mir wichtig, Kinder und Jugendliche zu befähigen, sich sicher im Netz zu bewegen. Instant Messaging, soziale Netzwerke und Chatrooms gehören heute zum Alltag unserer Kinder. Das erlebe ich als Vater bei mir zuhause jeden Tag. Schülerinnen und Schüler brauchen früh ein Bewusstsein für die Risiken und Konsequenzen der Preisgabe persönlicher Daten. Mit unserer Plattform „Teachtoday“ bieten wir deshalb Lehrern, Eltern und Kindern Unterstützung beim Aufbau von Medienkompetenz.

Medienkompetenz allein wird nicht reichen, um die Nutzer vor Gefährdungen aus dem Netz zu schützen. Was tun Sie als Anbieter für ein sicheres Netz?

Bei den Themen Datenschutz und Sicherheit nehmen wir seit Jahren eine Führungsposition in unserer Branche ein. Wir können zwar im Wettlauf mit Cyber-Kriminellen niemals eine allumfassende Sicherheit garantieren, aber der Schutz der Kundendaten vor unerlaubtem Zugriff hat für uns absolute Priorität. Im Jahr 2014 haben wir unsere Mobile Encryption App auf den Markt gebracht und bieten unseren Geschäftskunden damit eine weltweit einsetzbare Verschlüsselungslösung in höchster Qualität. Deutlich verstärkt haben wir unser Team im zentralen Cyber Defense Center und in Zusammenarbeit mit den deutschen Industrie- und Handelskammern wurde eine zertifizierte Fortbildung zum Cybersecurity Professional geschaffen. Unsere Bemühungen werden honoriert wie die Studie "European Trusted Brands 2014" belegt: Deutsche Telekom ist die vertrauenswürdigste Marke Deutschlands.

Neben vielen Einzellösungen ist es aber auch nötig, die Selbstbestimmung über personenbezogene Daten auf politischer Ebene abzusichern. Die Ausspähskandale der vergangenen Jahre haben dies gezeigt. Wir engagieren uns deshalb dafür, unsere hohen Standards in Europa gesetzlich zu verankern und sie mit dem technologischen Fortschritt weiterzuentwickeln. Nur so können wir das Vertrauen der Bürger in die digitale Welt sichern.

Sie haben im letzen Jahr zusätzlich zu Ihrer Verantwortung als Datenschutzvorstand auch die Rolle des Personalvorstands übernommen. Wie binden Sie die Beschäftigten in das Nachhaltigkeitsengagement ein und was verstehen Sie unter einer nachhaltigen Personalführung?

Ein Unternehmen kann nur gemeinsam mit allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfolgreich sein. Das gilt auch im Bereich der Nachhaltigkeit. Für mich beginnt das bereits in der Ausbildung. Wir sind mit heute knapp 9000 Auszubildenden und dual Studierenden ein bedeutendes Ausbildungsunternehmen in Deutschland.
Mit dem Wettbewerb "Verantwortung gewinnt" fördern und fordern wir seit 2009 gesellschaftliches und ökologisches Engagement von Auszubildenden und dualen Studenten. Zudem unterstützen wir das ehrenamtliche Engagement all unserer Beschäftigten zum Beispiel mit sogenannten Social Days, Tagen an denen sie sich für soziale Projekte oder im Umweltschutz engagieren können. Oder wir unterstützen Initiativen in denen sie sich gesellschaftlich engagieren mit Fördergelder. Für die interne Personalentwicklung bringen diese Freiwilligeneinsätze viele Vorteile. Sie stärken die Identifikation mit dem Unternehmen und die Sozialkompetenz.

Das sind nur Beispiele.

Nachhaltige Personalführung geht natürlich weit darüber hinaus. Hier fällt oft das Schlagwort Diversity. Jeder sollte unabhängig von zum Beispiel Geschlecht und Alter seinen Neigungen und Fähigkeiten entsprechend im Arbeitsprozess eingesetzt werden. Dazu gehören von Unternehmensseite auch Rahmenbedingungen, die eine lebensphasenorientierte Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben ermöglichen. Genauso gehören hierzu faire Löhne, leistungsgerechte Beurteilung, lebenslanges Lernen, moderne Arbeitswelten und natürlich eine weitreichende Gesundheitsvorsorge. Alleine für die Weiterbildung und Weiterqualifikation unserer Mitarbeiter geben wir im Konzern mehr als 400 Millionen € pro Jahr aus. Nicht zuletzt müssen aber auch Instrumente für einen sozialverträglichen Personalumbau bereit gestellt werden um Veränderungen erfolgreich meistern zu können - gerade auch im Sinne unserer Beschäftigten. Dabei spielen gute und vertrauensvolle Beziehungen zu den Sozialpartnern eine wichtige Rolle.

Welche langfristigen Ansätze verfolgt die Telekom auf dem Feld der Nachhaltigkeit?

Als Europas führender Telekommunikationsanbieter wollen wir auch im Bereich der Nachhaltigkeit eine führende Rolle übernehmen. Wir werden deshalb unser Engagement innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens noch weiter vorantreiben. In unserer Lieferkette arbeiten wir gemeinsam mit unseren Lieferanten intensiv daran unsere sozialen und ökologischen Standards auch in Schwellenländern zu etablieren.

Das ist bei den weitverzweigten Strukturen im Informations und Telekommunikations-Bereich eine echte Herausforderung, aber wir sind auf einem guten Weg.
Mit unserer Klimaschutzstrategie haben wir uns ambitionierte und gleichwohl realistische Ziele gesetzt. So wollen wir den gesamten Ausstoß von CO_2-Emissionen in unserem Konzern (ohne T-Mobile USA) gegenüber 2008 bis zum Jahr 2020 um 20 Prozent reduzieren. Vor dem Hintergrund ständig wachsender Datenmengen ist das nicht ganz einfach umzusetzen. Mit gezielten Maßnahmen zur Effizienzsteigerung unserer Netzinfrastruktur werden wir es dennoch schaffen unseren Energiebedarf weiterhin zu senken. Außerdem reduzieren wir kontinuierlich unseren Energieverbrauch im Gebäudemanagement und unseres Fuhrparks. Weitere konkrete Fortschritte stellen wir in diesem Bericht vor.

Ich bin fest davon überzeugt, dass uns eine nachhaltige Ausrichtung der Telekom große Chancen eröffnet. Ich habe es zu Beginn unseres Interviews bereits angesprochen: Wir bieten für viele gesellschaftliche Herausforderungen Lösungen an. In den nächsten Jahren liegt es an uns, diese Leistungen kontinuierlich weiterzuentwickeln. Damit sichern wir auch unseren eigenen wirtschaftlichen Erfolg und positionieren die Deutsche Telekom als innovatives und zukunftsfähiges Unternehmen.

WERTE UND LEITLINIEN

Verantwortungsvolles unternehmerisches Handeln (Corporate Responsibility, CR) beruht auf gemeinsamen Werten. Um unsere wertebasierte Unternehmenskultur zu festigen, vermitteln wir diese für uns grundlegenden Werte allen unseren Beschäftigten in verbindlichen Leitlinien. Anlässlich ihres fünfjährigen Bestehens brachten sich zum Tag der Leitlinien wieder zahlreiche Mitarbeiter mit Aktionen und Ideen für ihre Umsetzung ein.

Mit dem Code of Conduct und unserer Sozialcharta nutzen wir weitere Instrumente, um verantwortungsvolles Verhalten in unserem Konzern und bei unseren Partnern sicherzustellen. Auf ihnen basiert auch unser Compliance-Management, das die Rechtmäßigkeit unseres Unternehmenshandelns sicherstellt.

VERANKERUNG DER LEITLINIEN

Die Leitlinien der Telekom sind ein zentrales Instrument unserer Personalarbeit. Sie bilden die Grundlage für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit im Unternehmen und helfen uns, unsere Kunden stets aufs Neue zu begeistern. Durch regelmäßige Kommunikation zu den Leitlinien in unseren internen Medien machen wir diese im Arbeitsalltag präsent. Unter anderem führen wir hierzu einen jährlichen Tag der Leitlinien durch.

Um die Meinung unserer Mitarbeiter zu verschiedenen Telekom-Themen zu erfahren, führen wir seit einigen Jahren sogenannte Pulsbefragungen durch. Mit diesem Instrument überprüfen wir unter anderem auch den Erfolg unserer Kommunikation zu den Leitlinien. Hierfür bitten wir unsere Mitarbeiter, die Aussage „Ich erlebe, dass die Leitlinien in der täglichen Arbeit gelebt werden." auf einer Skala von eins bis fünf zu bewerten. Dabei erhalten wir kontinuierlich positives Feedback von unseren Mitarbeitern: Im November 2014 gaben wie bereits im Vorjahr 70Prozent eine positive Antwort (Bewertung mit vier oder fünf). Die Zustimmung liegt damit konstant auf einem hohen Niveau.

TAG DER LEITLINIEN

Am 25. September 2014 veranstaltete die Telekom konzernweit ihren inzwischen fünften Tag der Leitlinien. Jede Mitarbeiterin und jeder Mitarbeiter war dazu aufgerufen, sich an diesem Tag vorrangig mit den Leitlinien und ihrer erfolgreichen Umsetzung im Alltag auseinanderzusetzen. Die Botschaft hieß: Wir machen unsere Leitlinien nicht nur an einem Tag im Jahr, sondern täglich zum Grundprinzip unseres Handelns und lassen darin nicht nach.

Im Vorfeld fand eine Abstimmung darüber statt, welche Leitlinie am 25. September im Fokus stehen sollte. Dabei entschied sich die Mehrheit der Mitarbeiter für die zweite Leitlinie: „Integrität und Wertschätzung leben". Auf dem fünften Aktionstag stand dementsprechend die Frage im Mittelpunkt: Was können wir im Team, was kann ich als Einzelner konkret tun, um den Umgang miteinander und gegenüber unseren Kunden respektvoller und wertschätzender zu gestalten?
Der Tag der Leitlinien 2014 war länder- und kulturübergreifend ein großer Erfolg. In vielen Aktionen, Veranstaltungen und Initiativen zeigten Mitarbeiter der Telekom, wie unsere Unternehmenswerte sie bewegen, Integrität und Wertschätzung zu leben. Auf einer Veranstaltung in unserer Bonner Zentrale hielten beispielsweise sieben Mitarbeiter Impulsvorträge über ihre Vorstellungen zum Thema „Integrität und Wertschätzung leben". Vorbild hierfür waren die sogenannten TED-Talks, die sich zum Ziel setzen, den Ideenaustausch zwischen Fachleuten verschiedenster Disziplinen zu fördern.

BEKENNTNIS ZUM „LEITBILD DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT"

Die Telekom zählt zu den Erstunterzeichnern des „Leitbilds für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft", das im November 2010 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Mit der Unterzeichnung durch alle Mitglieder unseres Vorstands bekennen wir uns ausdrücklich zu einer verantwortungsvollen Führung im Sinne der sozialen Marktwirtschaft, zu fairem Wettbewerb, Sozialpartnerschaft, dem Leistungsprinzip und dem Gedanken der Nachhaltigkeit. Diesen Anspruch haben wir in unserem Handeln als Unternehmen verankert und nehmen bei seiner Umsetzung eine führende Rolle ein:

Das Leitbild fordert von uns, zum Wohle der Menschen nachhaltig zu wirtschaften und unser Unternehmen verantwortungsvoll zu führen. Die Telekom engagiert sich permanent für die Umsetzung dieser Anforderungen in ihrem Kerngeschäft, ihrer Lieferkette und übernimmt Verantwortung für ihre Mitarbeiter und ihr gesellschaftliches Umfeld. Ausnahmslos setzen wir uns hierbei für die Achtung der Menschenrechte ein.

Mit unseren Produkten und Diensten verbinden wir die Menschen, erhöhen die Produktivität vieler Prozesse und tragen so dazu bei, dass Deutschland und Europa im internationalen Wettbewerb bestehen und unser Wohlstand weiter wachsen kann. Zugleich schaffen wir mit intelligenten digitalen Lösungen neue Möglichkeiten, um gesellschaftlichen Herausforderungen wie dem Klimawandel wirksam entgegenzutreten und das Leben der Menschen nachhaltig zu vereinfachen. Das Netz dient uns bei der Umsetzung dieses umfassenden gesellschaftlichen Auftrags als Lebensader: Schnell, zuverlässig, sicher und für jedermann einfach zugänglich. Hier wie bei allen anderen unserer Aktivitäten steht der Mensch im Mittelpunkt. Wir informieren transparent über unsere Planungen und Technologien, handeln fair und sind stets offen für den Dialog.

Im Sinn des Leitbilds bauen wir auch unsere Führungsposition als nachhaltiges Unternehmen weiter aus und optimieren kontinuierlich unsere Wertschöpfungsprozesse. Wir erhöhen die Energie- und Ressourceneffizienz unserer Netze, Dienste und Produkte und verringern die Umweltbelastungen und den CO_2-Ausstoß unserer Geschäftstätigkeit. 2014 verabschiedete der Vorstand hierzu ein konzernweit gültiges Klimaschutzziel für 2020. Zugleich unterstützen wir unter anderem mit unserem Lieferantenentwicklungsprogramm unsere mehr als 30 000 Zulieferer dabei, ebenso nachhaltig zu wirtschaften wie wir. Hierbei setzen wir neben Audits und Präqualifizierung vor allem auf Partnerschaft und Dialog, wie generell im Umgang mit unseren vielfältigen Stakeholdern.

Entwicklung durch Austausch und Partnerschaft ist auch eine prägende Idee unseres Personalmanagements. Sie leitete uns beim Aufbau unseres internen Sozialen Netzwerk TSN und unserer offenen Bildungsplattform MOOC (Massive Open Online Course). An unserem ersten MOOC beteiligten sich mehr als 3 600 Mitarbeiter der Telekom. 140 interdisziplinäre, internationale Teams entwickelten dort zahlreiche, auf künftige Kundenbedürfnisse zugeschnittene Geschäftsideen mit nachhaltigem Nutzen. Die Telekom gilt heute als einer der attraktivsten Arbeitgeber.

Unser gesellschaftlicher Auftrag bezieht sich jedoch nicht nur auf unsere Kunden, Partner und Mitarbeiter. Wir sehen uns vor allem auch gefordert, in unserem Umfeld den Aufbau von Medienkompetenz zu unterstützen und jungen Menschen Selbstbewusstsein zu vermitteln. So fördern wir unter anderem mit der Inititative „Teachtoday“ das Lernen mit digitalen Medien. Außerdem engagieren wir uns seit Jahren in der Initiative „Ich kann was!“. Mit ihr haben wir seit 2010 über 60 000 Kindern und Jugendlichen aus sozial schwierigem Umfeld Schlüsselkompetenzen für ein selbstständiges und selbstbewusstes Handeln vermittelt.

T-SPIRIT – ENTWICKLUNG EINER NEUEN UNTERNEHMENSKULTUR

Die Telekommunikationsbranche und die Wirtschaft insgesamt unterliegen einem ständigen und schnellen Wandel. Das wirkt sich nicht nur auf die geschäftliche und organisatorische Seite eines Unternehmens aus, sondern auch auf die Unternehmenskultur. Aus diesem Grund wurde 2014 ein unternehmensweites Projekt namens T-Spirit ins Leben gerufen, das die Strategie von T-Mobile erklären und eine Unternehmenskultur schaffen soll, die mit dem Markenversprechen des Unternehmens und den dynamischen Bedingungen der heutigen Welt in Einklang steht. Mit dem Projekt T-Spirit will T-Mobile Netherlands seine Unternehmensvision umsetzen und damit ein klares Zeichen im Telekommunikationssektor setzen.

Dazu wurden vier Arbeitsgruppen gebildet. Sie heißen „Neue Führung“, „Neue Arbeitsweisen“, „Die Marke leben“ und „Kreative Umsetzung“. Bei letzterer wird die Entwicklung neuer Initiativen im Mittelpunkt stehen. Anstatt von vornherein mit festen Rollen, Zuständigkeiten und genau vorgegebenen Zielsetzungen zu arbeiten, konzentriert sich das Projekt auf erste Ideen und ein konsequentes Mitgestalten.

Der T-Spirit-Tag am 30. September 2014 diente als Auftaktveranstaltung für das Programm. 800 Mitarbeiter nahmen hierbei an 40 verschiedenen kreativen Sessions teil, um sich mit den Projekten von T-Mobile vertraut zu machen, sich auszutauschen und neue Ideen zu entwickeln. Dabei gab es beispielsweise Workshops zum Thema „Wie bauen wir das beste Mobilfunknetz?“, „Treffpunkt soziale Medien“, „Blind Dating für Mitarbeiter“ oder „Die beste Vertriebsschulung aller Zeiten“.

CR-STRATEGIE

Die Deutsche Telekom will führender Telekommunikationsanbieter in Europa sein. Eine branchenweit führende Rolle streben wir außerdem bei der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung an.

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

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

Für die Bewertung und Steuerung unseres CR-Programms ist es wichtig, die Erfolge der CR-Strategie regelmäßig zu überprüfen und zu ermitteln, inwieweit es uns gelingt, den damit verbundenen Führungsanspruch einzulösen. Deshalb messen wir unsere CR-Leistung regelmäßig mithilfe von Leistungsindikatoren (Key Performance Indikatoren, KPI). Diese haben wir 2014 einer Überprüfung („Review“) unterzogen. Anstelle von CRKPI sprechen wir jetzt von „ESG (Environment, Social and Governance) Key Performance Indikatoren“ (ESGKPI), um ihre Relevanz für den geschäftlichen Erfolg der Telekom zu unterstreichen.

CR-RICHTLINIE FÜR GESAMTEN KONZERN VERABSCHIEDET

Im März 2014 stimmte auch der Betriebsrat der zuvor von unserem Vorstand verabschiedeten ersten konzernweiten CR-Richtlinie, der „Group Policy Corporate Responsibility“, zu. Seither wird diese stufenweise in allen Konzerngesellschaften eingeführt. Abgeschlossen ist der Prozess bereits in der Konzernzentrale sowie bei Telekom Deutschland und T-Systems International. Erste internationale Landesgesellschaften haben 2014 begonnen, die Richtlinie von ihren Entscheidungsgremien genehmigen zu lassen, um die Implementierung sicherzustellen.

Die CR-Richtlinie unterstreicht den Stellenwert, den CR seit langer Zeit bei uns einnimmt. Sie konkretisiert die Rechte und Pflichten der Unternehmenseinheiten und -funktionen und bezieht sich dabei auf folgende Bereiche: Governance-Strukturen, nachhaltiges Wirtschaften, verantwortungsvolle Lieferkette, Ressourcen- und Energieeffizienz, Klimaschutz, gesellschaftliches und soziales Engagement sowie nachhaltige Dienstleistungen und Produkte für unsere Kunden. Darüber hinaus beschreibt die Richtlinie die CR-Organisation unseres Konzerns – mit dem Konzernvorstand als Träger der obersten Verantwortung für CR.

HANDLUNGSFELDER

Allgemein zugängliches Wissen und eine zunehmende Vernetzung eröffnen den Menschen neue Möglichkeiten, globalen Herausforderungen wie dem Klimawandel oder der Alterung unserer Gesellschaft zu begegnen. Mit einer gut ausgebauten Netzinfrastruktur und darauf basierenden Produkten und Lösungen schafft die Telekom hierfür die Grundlage. So tragen wir zu einer besseren Vernetzung von Leben und Arbeiten, einer chancengerechten Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft und zum Klimaschutz bei. Vom Engagement der Telekom in diesen drei mit unserem Kerngeschäft unmittelbar verbundenen CR-Handlungsfeldern profitieren unsere Kunden und Mitarbeiter, Lieferanten, Investoren, unsere Umwelt und die Gesellschaft.

... FÜR VERNETZTES LEBEN UND ARBEITEN

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

... FÜR CHANCENGLEICHE TEILHABE AN DER INFORMATIONS- UND WISSENSGESELLSCHAFT

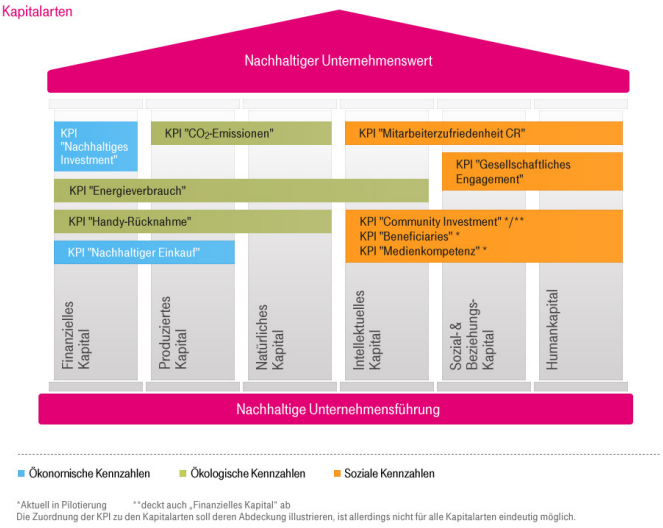
Unabhängig von ihren sozialen oder wirtschaftlichen Chancen sichern wir möglichst vielen Menschen den Anschluss an die gesellschaftliche Entwicklung. Mit diesem Ziel fördern wir zahlreiche soziale Initiativen und unterstützen Projekte zur Entwicklung von Medienkompetenz.

... FÜR EINE KLIMAFREUNDLICHE GESELLSCHAFT

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

ESG KEY PERFORMANCE INDIKATOREN

Die ESG KPI dienen als Steuerungsinstrumente für unser CR-Engagement. Sie ermöglichen uns eine kontinuierliche Verbesserung unserer Leistungen und sind aufgrund ihrer Relevanz für unsere Wertschöpfung zum Teil auch Bestandteil der Geschäftsberichterstattung. Um sicherzustellen, dass die KPI weiterhin effektiv zu einer erfolgreichen Unternehmenssteuerung beitragen und die Erwartungen unserer Stakeholder erfüllen, haben wir sie im Berichtszeitraum umfassend überprüft und zum Teil aktualisiert. Im Zuge dessen haben wir die bisherige Bezeichnung „CRKPI“ durch „ESGKPI“ ersetzt, um innerhalb und außerhalb unseres Konzerns ihre Rolle als Steuerungsinstrumente für Umwelt, Soziales und eine verantwortungsvolle Führung aufzuzeigen. Im Sinne einer integrierten Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung bilden die KPI außerdem alle sechs Kapitalarten und damit die tragenden Elemente des nachhaltigen Unternehmenswerts ab (siehe Grafik).



Angepasst wurden bisher die beiden ESG KPI „Handy-Rücknahme“ und „CO_2-Emissionen“. Um Vergleichbarkeit zu gewährleisten, berichten wir in diesem Jahr auch noch den bisherigen KPI zum Thema Handy-Recycling. Darüber hinaus pilotieren wir aktuell drei neue ESGKPI zur Wirkungsmessung des gesellschaftlichen Engagements und bereiten eine Überarbeitung des ESGKPI „Energieverbrauch“ vor.

ESG KPI

Zur Steuerung ihrer CR-Leistung nutzt die Telekom sieben konzernweit gültige Kennzahlen – die ESG [i] Key Performance Indikatoren (ESGKPI):

- ESG KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“
- ESG KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“
- ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“
- ESG KPI „CO_2-Emissionen“
- ESG KPI „Energieverbrauch“
- ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement“
- ESG KPI „Handy-Rücknahme“

Die Erhebung der konzernweiten ESGKPI ist für alle an der CR-Datenerfassung beteiligten Landesgesellschaften der Telekom verpflichtend. Diese repräsentieren 99Prozent des Konzernumsatzes.

Im Berichtszeitraum haben wir die KPI umfassend auf ihre Steuerungsrelevanz geprüft und zum Teil aktualisiert. Die Bezugsgröße des ESGKPI „Handy-Rücknahme“ wurde von „Anzahl Kunden“ zu „Anzahl in Umlauf gebrachter Mobiltelefone“ geändert. So lässt sich das Verhältnis zwischen verkauften und zurückgenommenen Mobiltelefonen genauer abbilden. Eine ökologisch wünschenswerte, längere Verwendung der Geräte durch den Kunden wirkt sich damit positiv auf den Wert des KPI aus. Weiterhin haben wir den ESGKPI „CO_2-Emissionen“ an unser internationales Klimaschutzziel angepasst. Dazu haben wir den Geltungsbereich auf alle Konzerneinheiten erweitert, die an der Umsetzung des Klimaschutzziels beteiligt sind. Die Erweiterung betrifft sowohl die aktuell erhobenen CO_2-Emissionen als auch die im Jahr 2008 erhobene Menge, die dem Klimaschutzziel zugrunde liegt. Drei neue KPI zur Wirkungsmessung des gesellschaftlichen Engagements wurden für 2014 pilotiert und werden hier erstmals extern berichtet. Wir orientieren uns dabei an der Methodik der London Benchmarking Group (LBG) mit den Aspekten „Input“ (Aufwand/Engagement), „Output“ (Resultate) sowie „Impact“ (Veränderung).

- Der ESG KPI „Community Investment“ bildet das finanziell, personell und in Sachmitteln geleistete Engagement der Telekom ab.

- Der ESG KPI „Beneficiaries“ zeigt die Anzahl der Engagierten und als Zielgruppe die erreichten Menschen, die an gesellschaftlichen Maßnahmen der Deutschen Telekom partizipieren.

- Der ESG KPI „Medienkompetenz“ („Media Literacy“) misst die Anzahl der mit Programmen in diesem Bereich erreichten Menschen. Dieser KPI stellt den direkten Bezug zu unserem Kerngeschäft her.

Um die Steuerungsrelevanz des ESG KPI Energieeffizienz zu erhöhen, wollen wir in absehbarer Zeit eine Kennzahl einführen, die für eine zielorientierte Steuerung der Energieeffizienz in allen relevanten Unternehmensbereichen wie unter anderem Technik, Einkauf und Vertrieb geeignet ist. Einen möglichen Ansatz stellt dabei die Berechnung des

Energieverbrauchs pro Produktgruppe (Kundenäquivalent) dar. Trotz der Umstellungen werden wir uns auch in den folgenden Berichtsjahren bemühen, die bisherigen ESGKPI parallel weiter zu berichten und den Lesern so Vergleichsmöglichkeiten zu bieten.

BERICHTERSTATTUNG DER ESG KPI IM GESCHÄFTSBERICHT

Im Geschäftsbericht 2013 haben wir für drei unserer ESGKPI – „Energieverbrauch", „CO_2-Emissionen" und „Nachhaltiger Einkauf" – erstmalig Prognosen gemäß dem Deutschen Rechnungslegungsstandard DRS 20 zu deren Entwicklung abgegeben. Bei allen drei ESGKPI übertrifft die tatsächliche Entwicklung im Geschäftsjahr 2014 den prognostizierten Verlauf. Sowohl der ESGKPI „Energieverbrauch" als auch der ESGKPI „CO_2-Emissionen" hat sich – statt auf gleichem Niveau zu bleiben – leicht verbessert. Ursächlich hierfür ist, dass sich der Umsatz stärker und der Stromverbrauch schwächer entwickelten als erwartet. Zudem verbesserte sich das Verhältnis zwischen den aktuellen Emissionen und dem entsprechenden Klimaziel-Basisjahr 2008 durch die Erweiterung des Geltungsbereichs des ESGKPI „CO_2-Emissionen". Der ESGKPI „Nachhaltiger Einkauf" konnte dadurch erhöht werden, dass bei weiteren Lieferanten die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards überprüft wurde – und dies in stärkerem Umfang als geplant. Für die Zukunft erwarten wir für die oben genannten ESGKPI folgende Entwicklung:

- Für unseren ESGKPI „Energieverbrauch" erwarten wir in den kommenden beiden Jahren einen leicht sinkenden bis sinkenden Verlauf, das heißt einen positiven Trend. Deutliche Stromeinsparungen werden wir vor allem durch die Umstellung unseres Netzes auf die IP-Technologie sowie durch die Zusammenlegung von T-Systems-Rechenzentren realisieren können. Teilweise werden diese Einsparungen durch die Expansion von T-Mobile USA und den damit verbundenen erhöhten Energieverbrauch ausgeglichen.

- Da unsere CO_2-Emissionen maßgeblich durch den Stromverbrauch getrieben sind, ergibt sich eine vergleichbare positive Entwicklung wie unter dem ESGKPI „Energieverbrauch" beschrieben. Auch für unseren ESGKPI „CO_2-Emissionen" streben wir für 2015 und 2016 einen leichten Rückgang an. Für die am Klimaschutzziel beteiligten Konzerneinheiten erwarten wir für 2020, dass die CO_2-Emissionen 20 Prozent unter dem Wert des Basisjahres 2008 liegen werden (ohne T-Mobile USA). Beim ESGKPI „CO_2-Emissionen" werden jedoch zusätzlich die Emissionswerte von T-Mobile USA berücksichtigt. Da deren Strombedarf aufgrund starker Geschäftsentwicklung auf absehbare Zeit weiter steigt, wird sich der KPI bis 2016 nur geringfügig verbessern.

- Für unseren ESGKPI „Nachhaltiger Einkauf" gehen wir davon aus, 2015 das prognostizierte Ziel von 75 Prozent zu erreichen; in den Folgejahren rechnen wir damit, dass der ESGKPI nur noch leicht steigt, da sich die Prüfungen auf strategische Lieferanten und solche mit erhöhtem CR-Risiko konzentrieren.

Unser ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement" zeigt, dass im Jahr 2014 unsere Leistung im gesellschaftlichen Umfeld wiederum deutlich höher bewertet wurde als die Wichtigkeit, die dem Thema in der Bevölkerung beigemessen wird.

DEMOGRAFIE-MANAGEMENT: ANALYSE RELEVANTER KENNZAHLEN

Große Unternehmen wie die Telekom beschäftigen bis zu vier Generationen in ihren Reihen - mit zum Teil sehr unterschiedlichen Hintergründen, Wertesystemen und Ausbildungen. Angesichts des demographischen Wandels werden sich Leben, Arbeiten und Lernen in den kommenden Jahrzehnten deutlich verändern. Aufgrund der Altersstruktur in unserem Konzern wird sich dies besonders auf die Deutsche Telekom in Deutschland auswirken. Auf diese Entwicklung haben wir uns vorbereitet, da der Erfolg unseres Unternehmens vom Beitrag jedes Einzelnen und auch von jeder Generation abhängt. Deshalb haben wir ein ganzheitliches Demografie-Management entwickelt, welches Konzepte für Qualifikation, Gesundheit, Führung und zur Gestaltung der Arbeitsbedingungen umfasst. Auch unser Bestands- und Strukturmanagement wird mit Bezug auf demographische Aspekte ausgerichtet.

Für eine optimale Umsetzung und Steuerung des Demografie-Managements beobachten wir verstärkt die Entwicklung solcher Personalkennzahlen und qualitativer Indikatoren, die für das Thema Demografie eine hohe Relevanz besitzen. Dabei ist uns wichtig, sowohl objektive Personalkennzahlen als auch subjektive Einschätzungen wie z.B. aus der Mitarbeiterbefragung zu betrachten.

INTERNATIONALISIERUNG

Die Umsetzung der gemeinsamen CR-Strategie stellt in einem internationalen Konzern besondere Ansprüche an die Zusammenarbeit und erfordert ein koordiniertes Vorgehen aller Einheiten des Konzerns. Hierfür haben wir mit den CR-Managern in den unterschiedlichen Gesellschaften Kompetenzen und Kapazitäten geschaffen, mit denen wir weltweit unsere wesentlichen CR-Ziele umsetzen. Regelmäßig finden CR-Manager-Meetings und Webkonferenzen statt. Bei der Internationalisierung orientieren wir uns an den drei Handlungsfeldern unserer CR-Strategie. Der größte Teil der 28 im CR-Manager-Netzwerk vertretenen Landesgesellschaften haben diese Handlungsfelder mittlerweile in ihre lokale CR-Strategie übernommen.

INTERNATIONALE KOOPERATION IM CR-MANAGER-NETZWERK

Im Rahmen der internationalen Zusammenarbeit des CR-Manager-Netzwerks stimmen sich dessen Mitglieder regelmäßig in Konferenzen und Telkos über die CR-Aktivitäten des Konzerns ab. 2014 fanden das 13. und 14. CR-Manager-Meeting am 5. und 6. Mai sowie am 13. und 14. November in Bonn statt.

Den Schwerpunkt des Frühjahrstreffens bildete die Frage, wie einzelne CR-Aktivitäten zum geschäftlichen Erfolg („Business Contribution of Corporate Responsibility“) unseres Unternehmens beitragen. In Arbeitssitzungen zu den Themen Energie, Abfall und Recycling, Lieferkette sowie Jugendmedienschutz wurde deren jeweiliger Wertbeitrag beleuchtet. Außerdem diskutierten die Teilnehmer über nationale CR-Strategien und Best-Practice-Beispiele der Landesgesellschaften unter anderem im Bereich Corporate Volunteering.

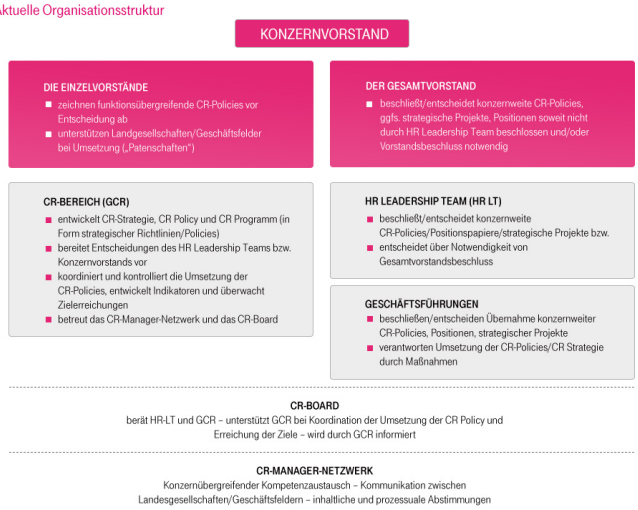
Auf dem November-Treffen stand das Thema „Chancen und Risiken der Nachhaltigkeit“ im Mittelpunkt der Beratungen im Plenum sowie sämtlicher Arbeitssitzungen. Dr. Robert Pojasek von der Harvard Extension School informierte über Risikomanagement und Nachhaltigkeit; die daran anschließenden Arbeitsgruppen diskutierten Wege, Risiken in Chancen umzuwandeln.

CR GOVERNANCE

Die Telekom hat eine integrierte Governance-Struktur für CR geschaffen, um die strategische Steuerung und die operative Umsetzung im gesamten Konzern eng miteinander zu verzahnen. Die Gesamtverantwortung für CR liegt beim Vorstand der Deutschen Telekom. So stellt der Konzern sicher, dass Nachhaltigkeitsaspekte verbindlich in alle unternehmerischen Tätigkeiten integriert werden, und unterstreicht damit sein Bekenntnis zu gesellschaftlichem Engagement.

AKTUELLE ORGANISATIONSSTRUKTUR

Aktuelle Organisationsstruktur



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

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

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

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

INTEGRIERTES HSE-MANAGEMENTSYSTEM

Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen und im Alltag unserer Mitarbeiter zu verankern. Hierzu trägt unser Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem (Health, Safety and Environment, HSE) bei, das auf den internationalen Standards OHSAS18001 für Arbeits- und Gesundheitsschutz und ISO14001 für Umweltmanagement basiert. Derzeit sind konzernweit rund 72Prozent unserer Mitarbeiter in einer Gesellschaft mit ISO14001-Zertifizierung beschäftigt (Stand Februar 2015). Außerdem arbeiten rund zwei Drittel unserer ausländischen Beschäftigten in einem Unternehmen mit OHSAS18001-Zertifizierung. In Deutschland erfüllen wir durch die Einhaltung der geltenden gesetzlichen Regelungen die wesentlichen Anforderungen einer Zertifizierung nach OHSAS18001. Um möglichst viele Mitarbeiter in unser HSE-Management einzubeziehen, haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis Ende 2015 alle Gesellschaften im Ausland mit mehr als 50Beschäftigten nach beiden Standards zertifizieren zu lassen.

CR-CONTROLLING UND INTEGRIERTES REPORTING

Das CR-Controlling der Deutschen Telekom übernimmt bei der Steuerung unserer CR-Aktivitäten eine wichtige Funktion. Seit fünf Jahren wird es durch ein IT-basiertes Datenerfassungssystem unterstützt. Das System stellt einen transparenten Berichterstattungsprozess von ESG (Environmental, Social und Governance) -Daten und -Kennzahlen sicher. Es unterstützt einheitliche und verbindliche Abläufe auf Konzern- und Landesebene und ermöglicht konzerninterne Vergleiche („Benchmarks"). Durch die IT-Unterstützung stehen uns mehr Kapazitäten für eine umfassende Analyse der ESG-Daten zur Verfügung. So können wir beispielsweise besser erkennen, ob wir unsere CR-Ziele erreichen. Im Berichtszeitraum nahmen zehn weitere T-Systems-Landesgesell-schaften erstmals an der Erfassung der ESG-Daten teil. In einem ersten Schritt berichteten sie ihre für das Klimaschutzziel relevanten Energiedaten. Die in den ESGKPI „Energieverbrauch" und „CO_2-Emissionen" abgebildeten Einheiten repräsentieren damit 99 Prozent des Konzern-umsatzes.

Die Daten nutzen wir zur Berechnung unserer ESGKPI, mit denen wir unsere CR-Leistung konzernweit messen. Im Jahr 2014 haben wir die KPI auf ihre Tauglichkeit zur Steuerung und Kommunikation von CR-Aktivitäten überprüft und, wo nötig, angepasst. Im Zuge der Überprüfung bereiteten wir außerdem die Einführung neuer KPI vor. Um die

Steuerungsrelevanz unseres ESGKPI „Energieverbrauch“ zu erhöhen, wollen wir unseren Energieverbrauch im Verhältnis zum durchschnittlichen Verbrauch pro Produktgruppe („Kundenäquivalent“) abbilden. Geplant sind außerdem drei KPI zur Wirkungsmessung des gesellschaftlichen Engagements. Sie sollen ab 2015 in unsere Berichterstattung aufgenommen werden und unseren Aufwand, die unterstützten Aktivitäten und deren Ergebnisse darstellen.

Reporting von ESG-Kennzahlen außerhalb des CR-Berichts.
Als wichtige interne Steuerungsgrößen nutzen wir die ESGKPI „Energieverbrauch“ und „CO_2-Emissionen“ auch zur internen Berichterstattung. Diese sind Bestandteil zweier an den Gesamtvorstand adressierter Berichte: Einmal pro Quartal wird der „Management Report HR DT Group“ mit diesen beiden KPI um wesentliche CR-Informationen ergänzt. Ab 2015 nutzen wir darüber hinaus einen jährlichen „Klimaschutzbericht“ sowie einen mehrfach im Jahr erstellten Controlling-Bericht, um den Konzernvorstand über unsere Fortschritte bei der Umsetzung des Klima-schutzziels zu informieren.

Im Rahmen der schrittweisen Zusammenführung unserer Geschäftsberichts- und CR-Berichtsprozesse haben wir auch in unserem Geschäftsbericht ESGKPI integriert. Weitere Informationen hierzu finden Sie im Kapitel Finanzen.

FINANZEN

Nachhaltig ausgerichtete Investoren setzen häufig auf langfristige Rendite statt auf kurzfristige Gewinne, da nachhaltig wirtschaftende Unternehmen langfristig wettbewerbsfähiger sind. Ihre Investitionen (Socially Responsible Investments, SRI) sind damit ein Baustein für die langfristige Kapitalsicherung der Deutschen Telekom AG.

SRI-Anlageprodukte bestehen in der Regel aus Wertpapieren von Unternehmen, die einer Überprüfung nach sogenannten ESG (Environmental, Social und Governance) –Kriterien in den Bereichen Umwelt, Soziales und gute Unternehmensführung standhalten Die Entwicklung der Nachfrage nach der T-Aktie in dieser Anlagekategorie dient uns deshalb als Indikator, um unsere Nachhaltigkeitsleistung zu beurteilen. Wie die Finanzmärkte unsere CR-Aktivitäten wahrnehmen, messen wir mit dem ESG KPI „Nachhaltiges Investment".

Nachhaltig orientierte Investoren richten sich teilweise nach den Ratings spezialisierter SRI-Analysten. Diese haben daher einen Einfluss auf unsere Unternehmensreputation in der Finanzwirtschaft. Deshalb hängt es unter anderem von den Bewertungen der SRI-Analysten ab, ob wir nachhaltige Investoren gewinnen und binden sowie auch die mittel- und langfristigen Kapitalkosten unseres Unternehmens auf einem niedrigen Niveau halten können.

Um SRI-Analysten und Investoren über unser CR-Engagement zu informieren, nutzen wir verschiedene Formate – sowohl in der Berichterstattung als auch im direkten Dialog.

ESG KPI „NACHHALTIGES INVESTMENTS (SRI)"

Im Anschluss an die Überprüfung der KPI im vergangenen Jahrhaben wir den ESGKPI „Nachhaltiges Investment" in der bestehenden Form beibehalten. Ende 2014 waren bereits rund 21Prozent der T-Aktien im Besitz von Investoren, die zumindest teilweise SRI-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. 2Prozent der T-Aktien wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI-Gesichtspunkten managen. So zahlt sich der Einsatz für mehr Nachhaltigkeit und soziales Engagement zunehmend nicht nur für die Reputation aus.

Investorenkommunikation ausgebaut.
Seit mehreren Jahren veröffentlichen wir wesentliche ESGKPI der Telekom in unserem Geschäftsbericht – und geben dort auch Prognosen zu deren künftiger Entwicklung ab. Außerdem bieten wir Finanzmarktakteuren mit Interesse an Nachhaltigkeit ESG-Informationen auf unserem Investor-Relations-Portal in der Rubrik „Nachhaltiges Investment" (SRI) an. Weitere fachliche Informationen finden Interessenten in den Infoboxen zum SRI-Wissen, die diesen CR-Bericht ergänzen.

Neben der Berichterstattung treten wir in den gezielten Dialog mit Investoren. Beispielsweise führen die Bereiche CR und Investor Relations (IR) hierzu gemeinsame SRI-Roadshows durch. Im Berichtszeitraum wurde außerdem erstmalig ein SRI-Webinar durchgeführt, an dem mehrere große Finanzinstitute teilnahmen. Daneben beantworteten wir zahlreiche direkte Informationsanfragen von Analysten und Investoren. Hierbei deckten wir das gesamte Spektrum der ESG-Kriterien von Klimaschutz über Menschenrechte bis zu Datensicherheit und Diversity ab.

AKTUELLE POSITION IN RANKINGS UND RATINGS

Investoren berücksichtigen bei ihren Anlageentscheidungen vermehrt die Nachhaltigkeitsleistungen unseres Unternehmens. Die ESG (Environmental, Social und Governance) –Performance der Deutschen Telekom wird in den sogenannten CR-Ratings bewertet und bietet den Investoren wichtige Anhaltspunkte für ihre Wertanlage. Wie in den Vorjahren war die T-Aktie 2014 in wichtigen Nachhaltigkeitsindizes gelistet. So zeichnete uns die Ratingagentur oekom für unsere ökologischen und sozialen Leistungen als weltweit bestes Telekommunikationsunternehmen aus. Im SAM-Rating erreichte die Deutsche Telekom wiederholt eine Top-Ten-Platzierung und wurde darauf basierend im SAM-Yearbook mit dem „Bronze Award" ausgezeichnet. Seit vier Jahren sind wir außerdem im STOXX Global ESG Leaders Index sowie seit zwei Jahren im UN Global Compact 100 Index und im Climate Disclosure Leadership Index vertreten. Auch der FTSE4Good Index führte im Berichtsjahr weiterhin unsere Aktie. Eine Übersicht hierzu findet sich im Kennzahlenkapitel.

INTEGRIERTE BERICHTERSTATTUNG

CR bekommt heute zunehmend Relevanz für das Kerngeschäft. Dies bestätigt der sich international abzeichnende Trend zur stärkeren Verzahnung von finanzieller und nicht finanzieller Berichterstattung; Dabei werden Nachhaltigkeitsaspekte, die für die unternehmerische Wertschöpfung von großer Bedeutung sind – wie zum Beispiel Umweltschutz, Mitarbeiterbelange oder nachhaltige Produkte – zunehmend in die klassische Lageberichterstattung aufgenommen. Die Telekom begrüßt diese Entwicklung. Eine Integration fördert den Austausch zu CR-Themen zwischen verschiedenen Konzernfunktionen und eine einheitlichere Darstellung der finanziellen und nicht finanziellen Leistung unseres Unternehmens.

Verantwortung ist integraler Bestandteil unserer Geschäftstätigkeit. Deshalb berichten wir in unterschiedlichen Kapiteln unseres Geschäftsberichts darüber, wie Nachhaltigkeit in unseren Unternehmensprozessen zur Wertschöpfung beiträgt. Seit 2011 berichten wir im Geschäftsbericht auch unsere ESGKPI. Für die ESGKPI „Energieverbrauch", „CO_2-Emissionen" und „Nachhaltiger Einkauf" treffen wir seit 2013 zusätzlich eine qualitative Trendaussage für die jeweils folgenden zwei Geschäftsjahre. Im Geschäftsbericht 2014 und in dem vorliegenden CR-Bericht konnten wir daraufhin erstmals Prognose und reale Ent-wicklung von KPI vergleichen. Mehr Informationen hierzu finden Sie im Kapitel ESGKPI.

Durch die Verzahnung finanzieller und nicht finanzieller Inhalte wollen wir einerseits die Anforderungen von SRI-Investoren erfüllen und andererseits ESG-Aspekte als Querschnittsthemen stärker in die verschiedenen Konzernfunktionen hineintragen. Um die CR- und Geschäftsberichtsprozesse weiter zu verzahnen, veranstalteten wir im November 2014 einen bereichsübergreifenden Workshop zur integrierten Berichterstattung.

STEUERPOLITISCHE LEITLINIEN

Die Konzernsteuerabteilung zeichnet sich dafür verantwortlich, dass die Belastung des Konzerns Deutsche Telekom AG mit Steuern und Abgaben national wie international in dem Rahmen erfolgt, wie die jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften dies vorsehen. Dabei geht es darum, einerseits vorhandene Gestaltungsspielräume im Sinne einer Steueroptimierung auszuschöpfen und andererseits der sozialen und gesellschaftlichen Verantwortung eines international tätigen Unternehmens gerecht zu werden.

Konkret stellt die Konzernsteuerabteilung sicher, dass der Konzern Deutsche Telekom im In- und Ausland sämtliche steuerrechtlichen Verpflichtungen erfüllt, das heißt insbesondere die Steuerzahlungen leistet, die die jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften für die einzelnen Konzerngesellschaften vorsehen. Dies gilt sowohl für die Ertragsteuern des Konzerns, die zudem regelmäßig im Rahmen der IFRS-Finanzberichterstattung zu erläutern sind, als auch für Umsatz- oder Lohnsteuern, die für Kunden beziehungsweise Arbeitnehmer des Konzerns abgeführt werden. Die Konzernsteuerabteilung trägt zudem Sorge dafür, dass die Unternehmensgruppe innerhalb der jeweils geltenden in- und ausländischen steuergesetzlichen Rahmenbedingungen steuereffizient aufgestellt ist, das heißt der Konzern keine unnötigen steuerlichen Lasten zu tragen hat. Richtschnur ist hier eine nachhaltige Steuereffizienz der Unternehmensgruppe, für die eine transparente und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den lokalen Finanzbehörden als unerlässlich erachtet wird.

Darüber hinaus ist es Anspruch der Konzernsteuerabteilung, möglichst umfassend zum Erfolg des operativen Geschäfts der Deutschen Telekom beizutragen, zum Beispiel, indem neue Geschäftsmodelle oder innovative technische Entwicklungen steuerlich eng begleitet werden. Ein besonderes Augenmerk liegt hierbei neben der umgehenden Klärung etwaiger steuerrechtlicher Zweifelsfragen darauf, praxistaugliche Lösungswege zur Erfüllung der jeweiligen steuerlichen Anforderungen aufzuzeigen

CR-PROGRAMM

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

Im CR-Programm werden Maßnahmen sowie ein Zeithorizont definiert, innerhalb dessen die einzelnen Maßnahmen durchzuführen sind. Zudem geben wir im CR-Programm Auskunft über den Status der Umsetzung der Ziele. Über die ESG Key Performance Indikatoren, mit denen wir unsere Leistung in jedem der Bereiche quantitativ ausweisen, wird im CR-Bericht ausführlich berichtet.

CR-PROGRAMM 2014

Strategie & Management

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Weiterentwicklung CR-Governance	2015	• Konzernrichtlinie Corporate Responsibility vom Betriebsrat verabschieden lassen und diese stufenweise in den Landesgesellschaften implementieren • Integration von CR in zentrale Geschäftsprozesse vorantreiben • CR in die Konzernstrategie integrieren	• Konzernrichtlinie Corporate Responsibility vom Betriebsrat verabschiedet. • Konzernrichtlinie bei Telekom Deutschland implementiert. • Übergang zu einer integrierten Berichterstattung über einen internen Workshop vorangetrieben • Prognosen zur Entwicklung von drei ESG KPI für die Jahre 2015 und 2016 in der Geschäftsberichterstattung abgegeben.
Werte verankern, Wandel begleiten	Fortlaufend	• neue Formen der Zusammenarbeit im Konzern fördern • am gesellschaftlichen Diskurs zu relevanten Themen teilnehmen • alle KPIs stetig auf ihren Nutzenbeitrag überprüfen, konzernweit verpflichtend gestalten und mit Zielwerten belegen • Entwicklung eines neuen KPI „Energieeffzienz“.	• konzernweite Durchführung von Programmen und Formaten – virtuell oder als Präsenzveranstaltung, unter anderem zum 5-jährigen Bestehen der Leitlinien. • ESG KPI in 2014 umfassend überprüft und weiterentwickelt: ◦ Berechnungsgrundlage für den KPI „CO_2-Emissionen“ auf Basis des Konzernklimaschutzziels angepasst. ◦ Definition des KPI „Handyrücknahme“ angepasst: Verwendung „Anzahl in Umlauf gebrachter Mobiltelefone“ als Referenzgröße ◦ Drei neue KPI zur Wirkungsmessung des gesellschaftlichen Engagements entwickelt und intern pilotiert: KPI „Community Invest“, „Beneficiaries“ und „Medienkompetenz“ • Zwei Workshops zur Entwicklung des KPI „Energieeffizienz“ durchgeführt.
Weiterentwicklung CR-Governance	2015	• Konzernrichtlinie Corporate Responsibility vom Betriebsrat verabschieden lassen und diese stufenweise in den Landesgesellschaften implementieren • Integration von CR in zentrale Geschäftsprozesse vorantreiben • CR in die Konzernstrategie integrieren	• Konzernrichtlinie Corporate Responsibility vom Betriebsrat verabschiedet. • Konzernrichtlinie bei Telekom Deutschland implementiert. • Übergang zu einer integrierten Berichterstattung über einen internen Workshop vorangetrieben • Prognosen zur Entwicklung von drei ESG KPI für die Jahre 2015 und 2016 in der Geschäftsberichterstattung abgegeben.

Stakeholder-Einbeziehung

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Systematische Stakeholder-Einbeziehung	Fortlaufend	• Stakeholder-Engagement-Strategie auf Basis der Prinzipien der Global Reporting Initiative (GRI G4) und AA1000 umsetzen	• Neue Formate zur Stakeholder-Einbeziehung entwickelt: CR-Newsletters für alle Mitarbeiter und ein App-Magazins für alle Stakeholder eingeführt.
Etablierung eines Materiality-Prozesses	Fortlaufend	• jährliche Wesentlichkeitsanalysen durchführen (Materiality-Prozesse) • Weiterentwicklung des Materiality-Prozesses	• Wesentlichkeitsanalyse 2014 durchgeführt • Materiality-Prozess durch Einführung einer dauerhaften Umfrage weiterentwickelt.

Klimaschutz

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Konzernweite Reduktion der CO_2-Emissionen um 20 Prozent 1 im Vergleich zu 2008 (Climate Mitigation)	2020	• Klimaschutzaktivitäten international ausrollen • Einführung eines konzernweiten Monitorings	• konzernweites Klimaschutzziel vom Konzernvorstand in 2013 verabschiedet. • Jährlichen Statusberichts an den Vorstand implementiert.
Entwicklung einer integrierten Klimastrategie und Anpassung an den Klimawandel (Climate Adaptation)	2020	• Identifikation von Potenzialen zur CO_2-Reduktion aus der Nutzung erneuerbarer Energien • Steigerung der Energieeffizienz • Identifikation und Nutzung von Geschäftspotenzialen aus klimafreundlichen Diensten („Enabling“) und Chancen auf der Produktentwicklungs- und Angebotsseite nutzen.	• Erste Workshops zur Entwicklung eines „Green Mobile Tariff“ durchgeführt
Konzernweite Erfassung der Scope-3-Emissionen	2016	• Methoden für konzernweite Erfassung der unternehmens- und produktbezogenen CO_2-Emissionen entwickeln und in das Berichtswesen integrieren.	• Scope-3-Emissionen für das Deutschlandgeschäft bereits vollständig erfasst und berichtet.
Ableitung von Geschäftspotenzialen aus der Anwendung der Studien SMART 2020 und SMARTer 2020	2020	• Wachstumsfelder identifizieren und deren Anteil am Umsatz des Konzerns gegenüber Basisjahr 2011 signifikant steigern	• Austausch zwischen CR-Bereich des Konzerns und neuen Geschäftsfeldern Energy, Health und Connected Car institutionalisiert • Enge Verzahnung mit T-Laboratories hergestellt

Managementsysteme

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Implementierung eines Arbeitsschutz-, Gesundheits- und Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 und OHSAS 18001 bei allen Landesgesellschaften mit mehr als 50 Mitarbeitern.	2015	• auf Basis der beiden Standards ein integriertes Managementsystem implementieren und die unterschiedlichen Niveaus der Managementprozesse in den konzernweiten Einzelgesellschaften harmonisieren	• Konzernweite Abdeckung durch ISO 14001 bei rund 72 Prozent aller Mitarbeiter. • Abdeckung durch OHSAS18001 bei rund zwei Drittel aller ausländischen Mitarbeiter. • In Deutschland wesentliche Anforderungen einer Zertifizierung nach OHSAS 18001 durch Einhaltung gesetzlicher Vorgaben erfüllt.

Nachhaltiger Konsum und Lebensstil

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Evaluation von Produkten und Lösungen auf ihren Nachhaltigkeitsbeitrag	2020	• die mit externen und internen Stakeholdern entwickelten Kriterien und Indikatoren in Prozesse implementieren • produktbezogenes Nachhaltigkeitscontrolling in Geschäftsprozesse integrieren und konzernweit harmonisieren • Verankerung des Themas „Nachhaltige Produkte“ in den Unternehmensprozessen und Entwicklung einer übergreifenden Strategie • Untersuchung von Produkten auf ihren Nachhaltigkeits- und den daraus abgeleiteten Geschäftsbeitrag; Überführung der Ergebnisse in die Kundenkommunikation	• Workshop in Planung • strategische Anleitung und Bereitstellung von Informationen zur dezentralen Umsetzung in den Konzerngesellschaften entwickelt • Leitfaden für relevante Prozessakteure entwickelt • Internes Gremium zur strategischen Ausrichtung im Bereich nachhaltige Produkte mit Teilnehmern aller relevanten Fachabteilungen implementiert und zwei Workshops durchgeführt. • In einem Pilotprojekt drei Produkte – Smart Metering, Connected Car, Dynamic Workplace – im Detail auf ihren Nachhaltigkeitsbeitrag und die daraus abgeleiteten Geschäftspotenziale untersucht. • Ergebnisse des Pilotprojekts in die Kundenkommunikation überführt.
Stakeholder-Einbeziehung und Kundeninformation	2020	• regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche durchführen • nachhaltigkeitsbezogene Kundenorientierung entwickeln • internationale Standardisierung, z.B. über Gütesiegel oder Zertifizierung, im ICT-Sektor vorantreiben • Weitere Zertifizierungen von Produkten mit den Umweltzeichen „Blauer Engel“ und „TUEV Green Certified Product“ umsetzen.	• regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche durchgeführt • Erste Produkte mit den Umweltzeichen „TUEV Green Certified Product“ und „Blauer Engel“ zertifiziert.
Integration von Life Cycle Assessment und Nutzungsverhalten (Sustainable Consumption)	2020	• Effizienzpotenziale im Produktlebenszyklus erschließen sowie Produkte und Lösungen im Hinblick auf Nachhaltigkeitskriterien weiterentwickeln • Ausschluss umweltkritischer, nicht gesetzlich verbotener Stoffe aus unseren Produkten	• erfolgreiche Weiterentwicklung der Mietmodellnutzung von Endgeräten (z.B. Media Receiver) zwecks Erhöhung Recyclinganteil und Nutzungsdauer • Freiwillige Stoffverbotsliste gemeinsam mit dem Fraunhofer Institut für Zuverlässigkeit und Mikrointegration entwickelt.

Sustainable Innovation and Entrepreneurship

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Entwicklung innovativer, nachhaltiger Geschäftsmodelle	2020	• Rahmenbedingungen zur Förderung von Innovation im Bereich Nachhaltigkeit etablieren sowie junge Unternehmen und Existenzgründungen identifizieren und evaluieren (Partnering) • Förderung innovativer Geschäftsideen durch Telekom Innovation Contest	• Workshop Sustainable Innovation mit internen und externen Stakeholdern durchgeführt • Telekom Innovation Contest in 2014 zum zweiten Mal in Folge durchgeführt.

Socially Responsible Investment

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen steigern	2015	• Ratingergebnisse weiter verbessern • direkten Dialog mit Investoren auf SRI-Roadshows und in SRI-Calls führen • Kommunikation mit Investoren zu unserem Nachhaltigkeitsengagement verstärken	• Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen im Jahr 2014 von 20 Prozent auf rund 23 Prozent gestiegen • Erstes SRI-Webinar mit Mainstream-Investoren durchgeführt.
Nachhaltige Anlagestrategie für Deutsche-Telekom-Pensionswerke etablieren	abgeschlossen	• Kriterien implementieren, die sicherstellen, dass die Deutsche-Telekom-Pensionswerke in nachhaltige Aktien und Anlagen investieren	• Abgeschlossen, Kriterien wurden definiert und implementiert. • Regelmäßige Überprüfungen werden durchgeführt, die erste davon in 2016.

Sustainable Supply Chain

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Anteil risikoevaluiertes Einkaufsvolumen (erste Lieferebene) auf mindestens 75 Prozent steigern	2015	• Präqualifizierung • Risk Self-Assessments • Lieferantenaudits	• Einkaufsvolumen 2014 zu 72 Prozent abgedeckt
Verankerung von Nachhaltigkeit im konzernweiten Einkauf	Fortlaufend	• sukzessive Integration von Nachhaltigkeit in das neue Vendor-Management • Harmonisierung des Nachhaltigkeitsmanagements im Einkauf aller Landesgesellschaften durch die Arbeitsgruppe „Nachhaltiger Einkauf"(Sustainable Procurement Working Group, SPWG) • Neukonzeption des eLearning-Tool „Nachhaltigkeit im Einkauf"	• Konzept zur Integration von Nachhaltigkeit in das Vendor-Management entwickelt • Präsenzmeetings, regelmäßige Calls und Roadhow der SPWG (Sustainable Procurement Working Group) etabliert • Bis Ende 2014 : 490 Teilnehmer im eLearning-Tool geschult
Verbesserung der Nachhaltigkeit in unserer Lieferkette	Fortlaufend	• Etablierung eines Lieferantenentwicklungs-programms • Anti-Korruptionstrainings für Lieferanten in Deutschland	• Pilotphase des Lieferantenentwicklungsprogramm „Together for Sustainability" mit drei Lieferanten abgeschlossen

Gesellschaftliches Engagement

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status

Integration von Menschen in die Wissens- und Informationsgesellschaft	2015	• Initiative „Ich kann was!" als Leuchtturmprojekt weiter ausbauen
		• Förderung der Medienkompetenz und verantwortungsvoller Mediennutzung ausbauen
		• Wirkungstransparenz des gesellschaftlichen Engagements weiter verbessern:
		  ◦ kontinuierliche Wirkungsmessung für gesellschaftliches Engagement durchführen
		  ◦ mindestens ein Leuchtturmprojekt beispielhaft aufbereiten
		  ◦ ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement" weiterentwickeln
		• interne Rahmenbedingungen zur Stärkung gesellschaftlicher Verantwortung (z.B. Spendenrichtlinie) weiterentwickeln
			• „Ich kann was!"-Initiative: Seit 2009 über 700 Projekte mit einem Fördervolumen von über 4 Mio. € unterstützt und damit mehr als 60 000 Jugendliche erreicht.
			• Evaluierung der Aktivitäten von engagement@telekom fortgeführt
			• Drei neue KPIs zur Wirkungsmessung entwickelt und intern pilotiert
			• Erstmalig Wettbewerb „Medien, aber sicher" und „Cyber Security Summit for Kids" durchgeführt
			• Relaunch der Online-Plattform „Teachtoday", welche Unterrichtsmaterialien für eine sichere und verantwortungsvolle Mediennutzung enthält.

Netze

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Abdeckung von ca. 80 Prozent der deutschen Bevölkerung mit Breitband bis 2018.	2018 (Ziel angepasst)	• Ausbau Glasfaser und Aus- bzw. Umrüstung von Kabelverzweigern mit Vectoring Technologie.	• Ausbau der Vectoring-Struktur weiter vorangetrieben.
LTE-Abdeckung von 95 Prozent der Bevölkerung in Deutschland	2018	• weitere Basisstationen einrichten • LTE-1800- und das LTE-800-Netz weiter aufbauen	• LTE-Abdeckung von ca. 80 Prozent erreicht (Ende 2014)
Bis Ende 2018 Umstellung auf IP in Deutschland abgeschlossen	2018	• Ausbau VDSL-Vectoring	• Bis Ende 2014 in Deutschland rund 5,8 Millionen Haushalte auf IP-Technologie umgestellt

Beschäftigte

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Lebensphasenorientierte Personalpolitik	fortlaufend	• Angebote zur Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben weiter verbessern • berufsbegleitendes Studieren fördern („Bologna@Telekom“)	• Unterstützung bei der Familienpflege durch Beratungs- und Vermittlungsgespräche sowie Kurzseminare (auch für 2014) bundesweit angeboten • Zahl der Eltern-Kind-Büros um elf auf insgesamt 18 (an 15 Standorten) erhöht • Modelle zur Flexibilisierung der Arbeitszeiten ausgebaut • Netzwerk zur Kontaktpflege für Mitarbeiter in Elternzeit „Stay in ContacT“ eingerichtet • flexible Angebote für Auszubildende weiter ausgebaut, z.B. Ausbildung in Teilzeit oder Einstiegsqualifizierung (Projekt EQ) • Einführung einer Rückkehrgarantie aus Teilzeit zum 1. Januar 2014 im Rahmen der „HR Moves“-Initiative • Start der Initiative „Flexible Working“ mit 82 Führungskräften als Botschafter für flexibles Arbeiten über einen Zeitraum von Juni bis Dezember 2014.
Realisierung einer Frauenquote von 30 Prozent für mittlere und obere Führungspositionen als erstes DAX-30-Unternehmen	2015	• Chancengleichheit, Diskriminierungsfreiheit und Wettbewerbsfähigkeit sicherstellen • gezielte Quotierungen entlang der gesamten Talentpipeline durchführen • „Managing Diversity“-Modul für Führungskräftetrainings konzipieren und umsetzen • Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben verbessern	• konzernweiten Anteil von Frauen in Führungspositionen von 19 Prozent (Februar 2010) auf 25 Prozent (Dezember 2014) gesteigert • Quotenentwicklung überwacht, Maßnahmen abgeglichen, bewertet und, wo nötig, neue aufgesetzt • Start eines Mentoringprogramms zur Vorbereitung von Frauen auf einen Posten im Aufsichtsrat der in- und ausländischen Beteiligungsgesellschaften im November 2014 • Pilottrainings „Managing Diversity“ evaluiert und für Regelbetrieb angepasst • Start des Mentoringprogramms für Fach- und Führungskräfte in Elternzeit im Oktober 2014
Demografische Entwicklung als Chance verstehen und nutzen	2013/2014 und fortlaufend	• Lösungen und Maßnahmen, die 2013 im Rahmen der HR-Initiative „Demografie als Chance“ entwickelt wurden, sukzessive realisieren sowie weitere demografiebezogene Maßnahmen entwickeln und implementieren • sich regelmäßig mit dem Sozialpartner zu demografiebezogenen Themen austauschen • Bekanntheit und Akzeptanz des vorhandenen Produktportfolios zum Themenschwerpunkt „Work-Life-Balance“ steigern	• Weiterbildungsangebote an die Lernpräferenzen von älteren Mitarbeitern auf Grundlage der Ergebnisse einer Studie von Telekom Training angepasst. • Rückkehrgarantie aus Teilzeit bei Neuverträgen umgesetzt • Verhandlungen mit dem Sozialpartner über Zeitwertkonten und ein neues Teilzeitmodell zur Erarbeitung von bis zu 20 zusätzlichen freien Tagen pro Kalenderjahr gestartet • Angebot eines mobilen Fitnesscoachs für Mitarbeiter (Durchführung von Bewegungsübungen sowie Vermittlung von Praxiswissen) entwickelt • „Competence Group“ aus Top-HR-Führungskräften gegründet, die sich den Handlungsfeldern und Anforderungen eines systematischen Demografiemanagements widmet • Start der Kommunikationskampagne zur Steigerung der Bekanntheit und Akzeptanz der Work-Life-Angebote im September 2014
Raum für Entfaltung und Weiterentwicklung	fortlaufend	• neue Formen der internen und externen Zusammenarbeit, agile Arbeitsformen und mehr Service-Orientierung umsetzen sowie unternehmerisches Denken und Handeln fördern • auf strukturierte Weise am gesellschaftlichen Diskurs zu relevanten Themen teilnehmen	• Start des Konzernprogramms „Future Work“ zur Etablierung zukunftsweisender Arbeitswelten, die ein kommunikatives Arbeitsklima, Innovationsvielfalt sowie Agilität fördern • Durchführung des ersten konzernweiten Massive Open Online Course (massiver offener Online-Kurs – MOOC) mit mehr als 3 600 Mitarbeitern zum Thema „Teile deinen Unternehmergeist“. • Start der berufsbegleitenden Weiterbildung zum Cyber Security Professional im September 2014

STAKEHOLDER MANAGEMENT

Ein Unternehmen handelt stets in einem Spannungsfeld vielfältiger Stakeholder-Erwartungen. Für seinen geschäftlichen Erfolg ist es deshalb entscheidend, die Interessen und Anforderungen seiner Anspruchsgruppen zu kennen und, wo immer möglich und sinnvoll, zu erfüllen. Eine grundlegende Erwartung der Stakeholder besteht darin, über die Umsetzung ihrer Ansprüche durch das Unternehmen informiert zu werden. Die Telekom geht darüber noch hinaus, indem sie ihre Stakeholder aktiv befragt und sie in Managementprozesse einbezieht.

Grundvoraussetzung hierfür ist die genaue Kenntnis der Interessen und Sichtweisen der Stakeholder. Um sie in Erfahrung zu bringen, führen wir mithilfe bewährter Marktforschungsinstrumente systematische Stakeholder-Befragungen durch. Die Telekom ist davon überzeugt, dass der Austausch mit ihren Anspruchsgruppen ihre Innovationsprozesse fördert. Er hilft uns, bestehende Allianzen zu festigen, Kooperationsmöglichkeiten zu evaluieren und neue Partnerschaften einzugehen. Von großer Bedeutung ist dies vor allem im Hinblick auf unsere Nachhaltigkeitsziele, die sich nur gemeinsam mit Partnern aus Politik, Gesellschaft, Wissenschaft und Industrie erreichen lassen.

MANAGEMENTANSATZ (STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG)

Wir nehmen die Anliegen unserer Interessengruppen ernst und möchten diese wirksam einbeziehen. Hierzu entwickelten wir 2011 unsere Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung. Als Grundlage diente dabei der AA1000-Standard, ein international anerkanntes Regelwerk für die Prüfung von Nachhaltigkeitsmanagement und CR-Berichterstattung. 2013 haben wir unsere Strategie überprüft und in einigen Punkten neu ausgerichtet.

Im Berichtszeitraum nutzten wir zur Umsetzung unserer Strategie verschiedene, zum Teil neue Formate. So veröffentlichten wir das App-Magazin „We Care“. Außerdem führten wir einen internen CR-Newsletter ein, mit dem wir unsere Mitarbeiter und Führungskräfte zirka alle zwei Monate über die CR-Aktivitäten im Konzern informieren.

Ein weiteres neues Format, das wir 2014 einführten, ist die „Zahl der Woche“. Mit ihr informieren wir Mitarbeiter und Besucher der Telekom in kurzer und knapper Form über Nachhaltigkeitsthemen. Wöchentlich wird anhand einer Kennzahl ein Aspekt unseres Engagements aufbereitet und im Intranet sowie auf einer Anzeigetafel im Foyer unserer Bonner Zentrale präsentiert.



Beispiel “Zahl der Woche” (November 2014)

Für eine erfolgreiche Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten ermitteln wir regelmäßig, wie unsere Stakeholder diese wahrnehmen und bewerten. Wir verfolgen hierzu einen mehrgliedrigen Ansatz:

- Im Rahmen unseres Materiality-Prozesses erfragen wir systematisch die Anforderungen, die unsere Stakeholder an eine erfolgreiche Dialogpraxis stellen. So erfahren wir, wie wir sie am besten über den Dialog in unsere Managementprozesse einbeziehen können.

- Wir ermitteln und analysieren im Rahmen eines für uns von einem unabhängigen wissenschaftlichen Institut entwickelten CR-Themenmonitorings laufend die Top-Themen unserer Anspruchsgruppen. Dies hilft uns, unsere Kompetenzen in aktuellen CR-relevanten Diskursen weiter auszubauen und unsere Stakeholder als sachkundige Gesprächspartner bei der Bearbeitung gesellschaftlich relevanter Fragestellungen zu unterstützen.

- Wir lassen unsere Arbeitsschwerpunkte innerhalb der CR-Handlungsfelder in einem gestuften Materiality-Prozess von unseren Stakeholdern gewichten. Zusätzlich erfragen wir hierbei, inwieweit unsere Nachhaltigkeitsbotschaften zu dem Bild passen, das unsere Stakeholder vom Telekom-Konzern haben, und überprüfen so unsere Kommunikation.

UMSETZUNG DER STRATEGIE ZUR STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG

Um Stakeholder-Einbeziehung zu einem Teil unserer Unternehmenskultur zu machen, unterstützen wir unsere Mitarbeiter durch sechs Prinzipien für den Umgang mit Stakeholdern, die wir intern kommunizieren. Außerdem veranstalten wir interne Netzwerktreffen mit Beschäftigten anderer Fachbereiche und den CR-Verantwortlichen aus den Landes-gesellschaften. Wir tauschen uns mit ihnen über Erfahrungen im Umgang mit Stakeholdern aus, diskutieren Praxisbeispiele und entwickeln gemeinsame Aktivitäten.

„Good to know“: Interner CR-Newsletter gestartet.
Im Jahr 2014 haben wir zusätzlich einen internen CR-Newsletter eingeführt. Er erscheint unter dem Titel „Good to know“ alle zwei Monate auf Deutsch und Englisch. Über einen internationalen Verteiler richten wir uns mit ihm an Vorstandsmitglieder, Führungskräfte und interessierte Mitarbeiter. Wir informieren über wichtige und neue Entwicklungen. Dabei steht vor allem der enge Zusammenhang zwischen CR und Kerngeschäft im Fokus. In den ersten beiden Ausgaben beschäftigten wir uns unter anderem mit den Themen „Geschäftspotenziale durch CR“, „Scope-3-Emissionen“, „Nachhaltige Lieferkette“ und „Nachhaltiges Investment“ Nach seiner Einführung erreicht der News-letter bereits rund 500 Abonnenten.

„We Care“: Neues App-Magazin zu CR-Themen.
2014 entwickelten wir das neue App-Magazin „We Care“. Die erste Ausgabe widmete sich dem Thema „Wandel“. Die zweite steht unter dem Motto „Vertraulich“. Nutzer erfahren darin, wo digitale Fallen lauern und wie gefährdet sie persönlich sind. Das Magazin wird künftig in regelmäßigen Abständen neu herausgegeben – mit unterhaltsam aufbereiteten Inhalten wie „Warum Kühe jetzt SMS schreiben und wir in Zukunft smarter wohnen“. Neu ist auch ein Quiz, in dem der Leser sein Wissen testen und sich mit Freunden messen kann. Das App-Magazin dient uns dazu, aufzuzeigen, wie die Deutsche Telekom ihre gesellschaftliche Verantwortung lebt, und in gebündelter Form über wichtige Nachhaltigkeitsthemen zu informieren. Zusätzlich findet der Leser dort allerlei Tipps und Tricks, die ihn beim verantwortungsvollen Handeln unterstützen. Das App-Magazin „We Care“ ist kostenlos für alle Android und iOS Smartphones sowie Tablet-PCs im App-Store erhältlich. Im März 2015 wurde unser App-Magazin bereits rund 38 000 mal herunter-geladen.



Darüber hinaus haben wir im Berichtszeitraum viele weitere Formate zur Stakeholder-Einbeziehung genutzt. Hierbei setzten wir unterschiedliche Angebotsschwerpunkte von Information über Dialog bis zur Partizipation.

STAKEHOLDER-ERWARTUNGEN

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



Stakeholder der Deutschen Telekom

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

MANAGEMENTANSATZ (STAKEHOLDER-ERWARTUNGEN)

Für die Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten ist es wichtig zu ermitteln, wie diese von unseren Stakeholdern wahrgenommen und bewertet werden. Deshalb betreiben wir ein umfassendes CR-Themenmonitoring und führen mit den Methoden der Marktforschung regelmäßig Messungen durch, um unsere CR-Aktivitäten und Dialogprozesse mit den Stakeholder-Erwartungen abzugleichen.

Erwartungen an den Dialog strategisch umgesetzt.
Um den Erwartungen unserer Anspruchsgruppen gerecht zu werden, haben wir sie bei der Entwicklung unserer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung gefragt, was sie von dem Dialog mit uns erwarten. Das Ergebnis:

- Verbindliche Regeln
- Faktische Mitgestaltungsmöglichkeiten
- Klar definierte Ziele zu Beginn des jeweiligen Dialogs
- Information über eine spätere Umsetzung der erarbeiteten Ergebnisse

Mit unseren Prinzipien der Einbeziehung berücksichtigen wir diese Erwartungen der Stakeholder weitgehend. Die Prinzipien basieren auf dem Grundgedanken, dass Stakeholder-Einbeziehung einen Austausch auf Augenhöhe erfordert. Weiterführende Informationen zur Evaluation unserer Stakeholder-Einbeziehung finden Sie in unserem SRI-Wissen.

CR-MARKTFORSCHUNG

Um die Erwartungen unserer Stakeholder in Erfahrung zu bringen, setzen wir neben dem offenen Dialog auch die Mittel der Marktforschung ein. Seit 2013 enthält die Konzernumfrage zum CRQI (Corporate Reputation Quality Indicator) auch Indikatoren zur Nachhaltigkeitsleistung der Telekom in den Bereichen gesellschaftliches Engagement und Lieferkette.

Die Ergebnisse der Befragung bilden unter anderem die Grundlage für unseren ESGKPI „Gesellschaftliches Engagement“. Ermittelt wird hierfür die Wahrnehmung der CR-Aktivitäten der Telekom in der Öffentlichkeit im Vergleich zur generellen Einschätzung der Bedeutung des gesellschaftlichen Engagements von Unternehmen. Während unsere Leistung 2014 gleichermaßen hoch bewertet wurde wie 2013, nahm die Bedeutung, die das Thema in der Bevölkerung hat, weiter ab. Der Wert des ESGKPI „Gesellschaftliches Engagement“ stieg daher 2014 weiter an. Um den Erfolg unseres Engagements noch genauer bewerten zu können, haben wir im Rahmen der Überprüfung unserer KPI im Berichtszeitraum auch mit der Überarbeitung des ESGKPI „Gesellschaftliches Engagement“ begonnen. Um Vergleichbarkeit sicherzustellen, wird der bisherige ESGKPI „Gesellschaftliches Engagement“ weiterhin erhoben und berichtet.

Neben der Betrachtung der KPI ergab unsere Analyse der Marktforschungsergebnisse, dass „Engagement für Soziales und Bildung“, „Zugang für alle Generationen“, „Arbeitnehmerfreundlichkeit“, „verantwortungsvolles Handeln“, „Kundenorientierung“ und „Datensicherheit“ wichtige Anforderungen an die Telekom darstellen. Die Befragungsergebnisse liefern uns damit wertvolle Anknüpfungspunkte für die Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten an Stakeholder-Themen sowie die Weiterentwicklung unserer CR-Kommunikation und unseres CR-Controllings.

ERGEBNISSE DES MATERIALITY-PROZESSES

ERGEBNISSE DES MATERIALITY-PROZESSES

Unser mehrstufiger Wesentlichkeitsprozess dient dem Ziel, die für unser Nachhaltigkeitsmanagement relevanten Themen zu identifizieren. Im vergangenen Berichtszeitraum veranstalteten wir hierzu einen internen Workshop und führten eine externe, zweiwöchige Befragung durch (CR-Bericht des Vorjahres). Inzwischen haben wir den Prozess weiter verfeinert.

Materiality-Prozess 2014/2015

Zunächst erstellten wir eine Bestandsaufnahme der für unsere Stakeholder und uns wesentlichen Themen. Ausgangspunkt hierfür waren die Materiality-Ergebnisse aus den Vorjahren. Um diese Liste zu vervollständigen und hierbei auch die Anliegen der Stakeholdergruppen einzubeziehen, die sich bislang wenig an unserer Befragung beteiligt haben, wurden folgende Quellen in die Analyse mit einbezogen:

- Unser eigenes NGO-Radar (zur Einbindung von zivilgesellschaftlichen Organisationen)
- Fragebögen unter anderem von RobecoSAM oder Sustainalytics (zur stärkeren Berücksichtigung der Analysten)
- Die Materiality-Analyse der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) aus dem Jahr 2014. Diese für die gesamte ICT-Branche vorgenommene Wesentlichkeitsbewertung basierte auf Experteninterviews mit Stakeholdern sowie Online-Befragungen bei GeSI-Mitgliedern. Sie bildet damit einen Orientierungsrahmen für die gesamte ICT-Branche.

Parallel dazu nahmen wir eine interne Gewichtung der Themen vor. Dabei zogen wir die Ergebnisse eines internen, bereichsübergreifenden Materiality-Workshops aus dem Jahr 2013 und die Stellungnahmen von Fachverantwortlichen unseres Konzerns zu Themen wie Menschenrechte, Lieferkette, Energie & Emissionen aus dem Jahr 2014 zu Rate. Die mit ihnen geführten Interviews hatten zum Ziel, die Wesentlichkeitsbewertung aus der Telekom-Perspektive stärker zu akzentuieren und die Themenliste zu konsolidieren. Erstmalig wurden außerdem die Berichtsgrenzen für die einzelnen Aspekte thematisiert. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund veränderter Stakeholder-Erwartungen von Bedeutung, da von Unternehmen zunehmend eine Übernahme von Verantwortung auch über die Grenzen ihrer eigenen Strukturen hinaus eingefordert wird.

Die konsolidierten Themen haben wir im Anschluss mit den GRI-Aspekten abgeglichen. Darauf aufbauend bieten wir unseren Stakeholdern seit Dezember 2014 eine zeitlich unbegrenzte Online-Umfrage auf unserer Homepage an. Damit haben sie die Möglichkeit uns jederzeit Feedback zu geben und wir können sich verändernde Erwartungen frühzeitig erkennen.

Ergebnisse der Stakeholder-Umfrage

Die diesjährige Stakeholder-Umfrage haben wir auch strukturell verändert. Statt allen Stakeholder-Gruppen einen Einheitsfragebogen vorzulegen, lassen wir die Teilnehmer selbst auswählen, welche Themenfelder sie bewerten möchten. Die Umfrage bietet ferner zahlreiche Kommentierungsmöglichkeiten. Gruppenspezifische, offene Fragen laden außerdem dazu ein, eigene Gedanken und Anregungen einzubringen.

Bis Ende März 2015 beteiligten sich 228 Personen an der Befragung, darunter vor allem Kunden (102)und Beschäftigte der Telekom (70). Außerdem hatten Investoren (13), potenzielle Mitarbeiter (13), Analysten (5), Vertreter von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und der Wirtschaft (je 4), der Sozialpartner und unserer Lieferanten (je 3), von Medien und Wissenschaft (je 2) sowie der Politik (1) ihre Bewertung abgegeben. Weitere neun Teilnehmer ließen sich keiner dieser Gruppen zuordnen.

Auf die übergreifende Frage, in welchen Bereichen sich die Telekom besonders engagieren sollte, votierten die meisten Teilnehmer für die Themen Netzausbau, Kundenzufriedenheit, Datenschutz, Menschenrechte sowie Klima- und Umwelt. Bei der Gewichtung innerhalb der einzelnen Themenbereiche bildeten die Kapitel „Kunden“, „Netze“ sowie „Strategie und Management“ die Schwerpunkte.

Das Ergebnis bestätigt die Bestandsaufnahme: Im Durchschnitt nahmen die Teilnehmer für die vorgegebenen Themen dieselbe Bewertung vor wie in der Bestandsaufnahme , bis auf wenige Ausnahmen: So wurden „Schutz der Mitarbeiterdaten“ und „Investitionsvolumen für den Netzausbau“ aus der Stakeholder-Perspektive von „weniger relevant“ zu „eher relevant“ aufgestuft. Alle Umfrageergebnisse finden Sie in den unten abgebildeten Grafiken. Wir betrachten solche Themen als wesentlich, die von unseren Stakeholdern und uns als „eher relevant“ oder „sehr relevant“ eingestuft wurden. Die kontinuierlichen Rückmeldungen prüfen wir regelmäßig.

JEDER TEILNEHMER ERHÖHT SPENDENAUFKOMMEN

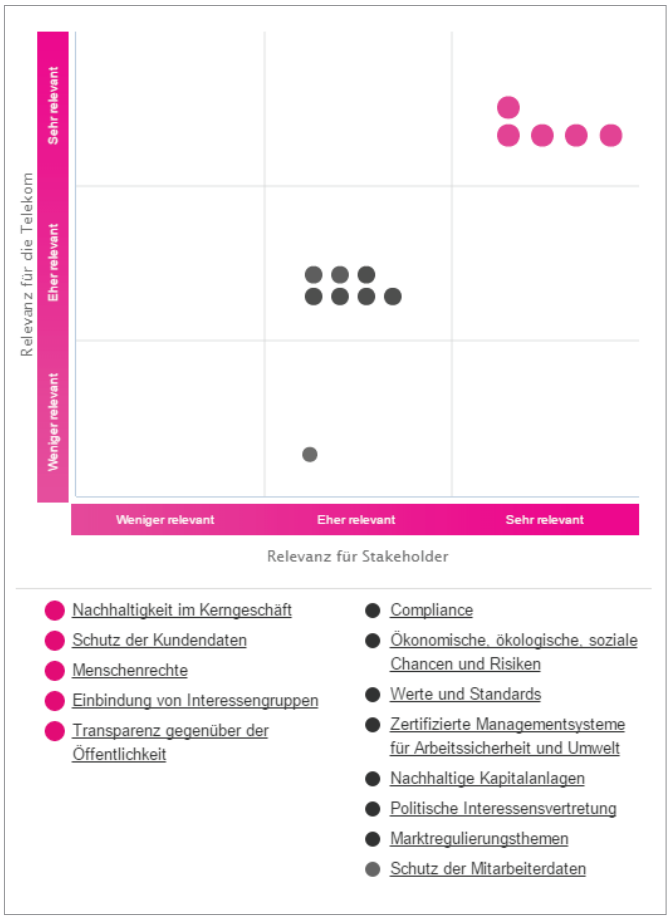
Mit der zeitlich unbegrenzten Online-Umfrage wollen wir möglichst viele unserer Stakeholder zur Teilnahme bewegen. Als zusätzlichen Anreiz spenden wir pro Teilnahme 3 Euro an die „Ich-kann-was!“-Initiative. Bis März 2015 kamen auf diese Weise 684 Euro zusammen.

ZEHN TOP-THEMEN IDENTIFIZIERT

Die Ergebnisse unseres Materiality-Prozesses nutzten wir, um auch kapitelübergreifend zehn „Top-Themen“ mit besonderer strategischer Relevanz zu identifizieren. Unsere Berichterstattung zu diesen Themen haben wir einer externen Prüfung unterzogen, was im Bericht jeweils durch ein Prüfhäkchen kenntlich gemacht ist. Sehr wesentlich sind demnach:

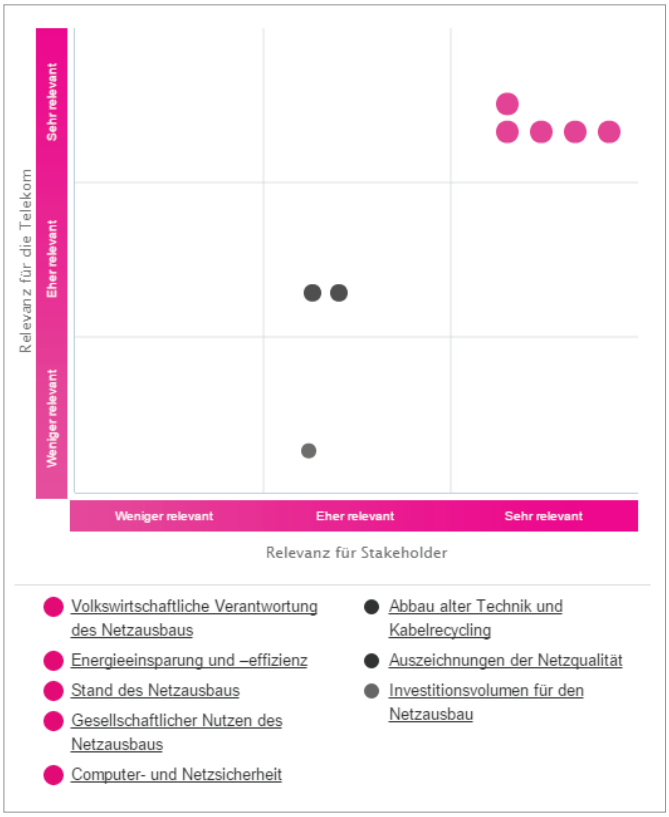
- Konzernweiter Klimaschutz
- Kunden Nachhaltigkeit ermöglichen („enabling“)
- Nachhaltigkeit in der Lieferkette
- Teilhabe an der digitalen Gesellschaft („digital inclusion“)
- Achtung der Menschenrechte
- Datenschutz- und Datensicherheit
- Verantwortlicher Netzausbau
- Kundenzufriedenheit
- Vielfalt, Gesundheit und andere Personalthemen
- Abfall und Recycling

STRATEGIE & MANAGEMENT



- Nachhaltigkeit im Kerngeschäft
- Schutz der Kundendaten
- Menschenrechte
- Einbindung von Interessengruppen
- Transparenz gegenüber der Öffentlichkeit
- Compliance
- Ökonomische, ökologische, soziale Chancen und Risiken
- Werte und Standards
- Zertifizierte Managementsysteme für Arbeitssicherheit und Umwelt
- Nachhaltige Kapitalanlagen
- Politische Interessensvertretung
- Marktregulierungsthemen
- Schutz der Mitarbeiterdaten

NETZE



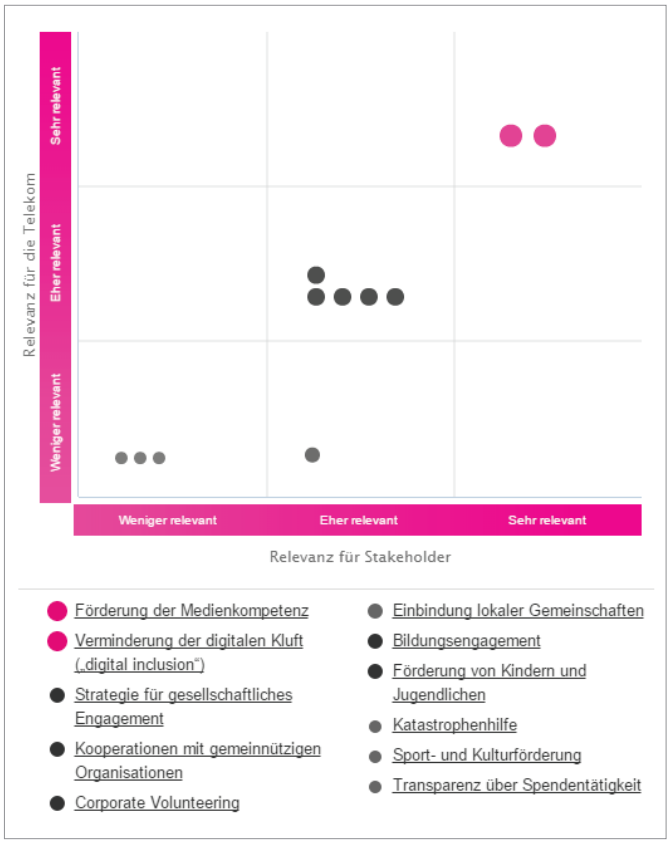
- Volkswirtschaftliche Verantwortung des Netzausbaus
- Energieeinsparung und –effizienz
- Stand des Netzausbaus
- Gesellschaftlicher Nutzen des Netzausbaus
- Computer- und Netzsicherheit
- Abbau alter Technik und Kabelrecycling
- Auszeichnungen der Netzqualität
- Investitionsvolumen für den Netzausbau

KUNDEN



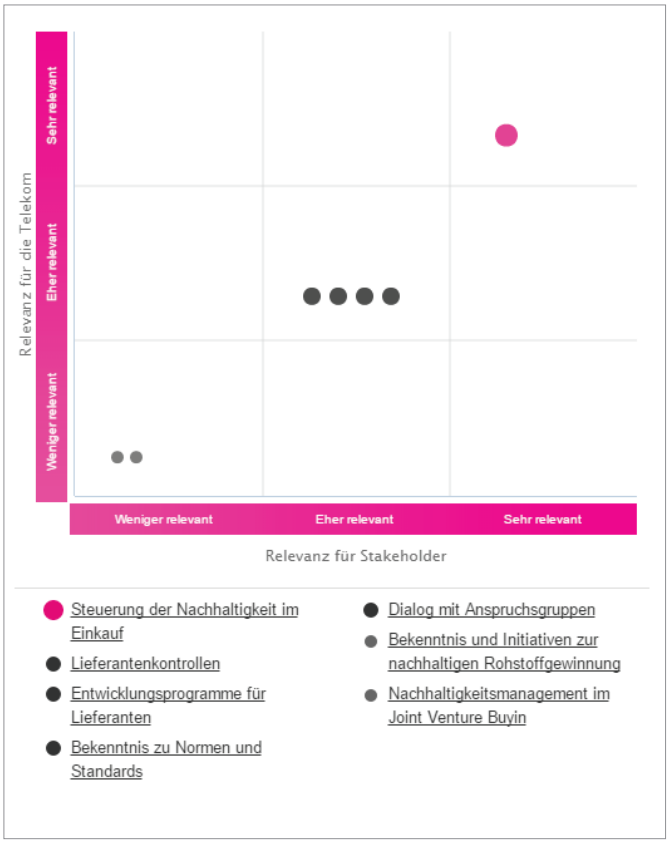
- Kunden mit ICT Nachhaltigkeit ermöglichen
- Transparenz über Produkteigenschaften
- Kundeneinbindung in Produktgestaltung
- Nachhaltigkeitsbewertung von Produkten und Diensten
- Verbraucher- und Jugendmedienschutz
- Schutz der Privatsphäre
- Kundenfeedback / -zufriedenheit
- Barrierefreie Produkte & Dienste
- Innovation und Forschung
- Kundenkommunikation zu Nachhaltigkeitsthemen
- Handy- und Telefonsammelaktionen
- Ressourcenschonung durch vermietete Produkte

GESELLSCHAFT



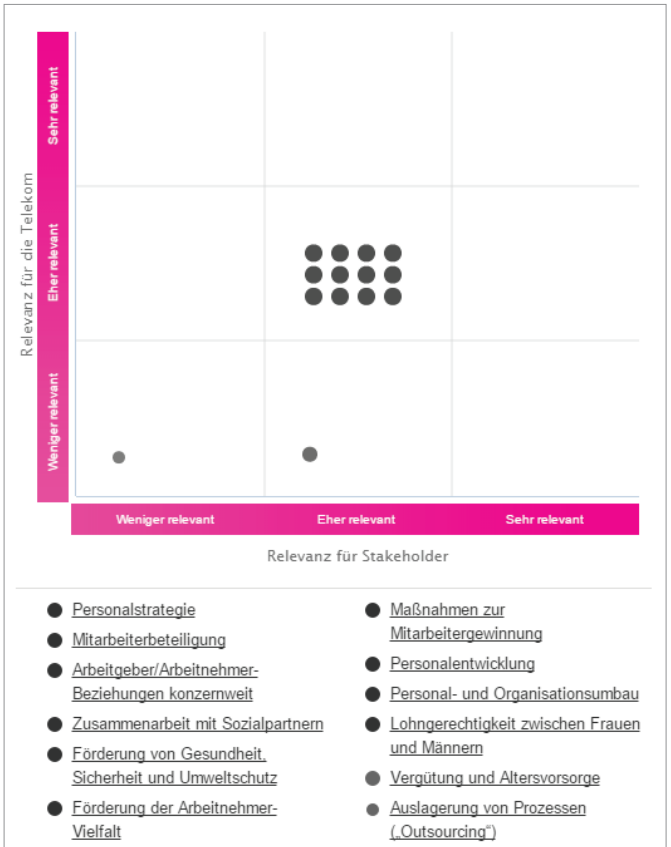
- Förderung der Medienkompetenz
- Verminderung der digitalen Kluft („digital inclusion")
- Strategie für gesellschaftliches Engagement
- Kooperationen mit gemeinnützigen Organisationen
- Corporate Volunteering
- Einbindung lokaler Gemeinschaften
- Bildungsengagement
- Förderung von Kindern und Jugendlichen
- Katastrophenhilfe
- Sport- und Kulturförderung
- Transparenz über Spendentätigkeit

LIEFERANTEN



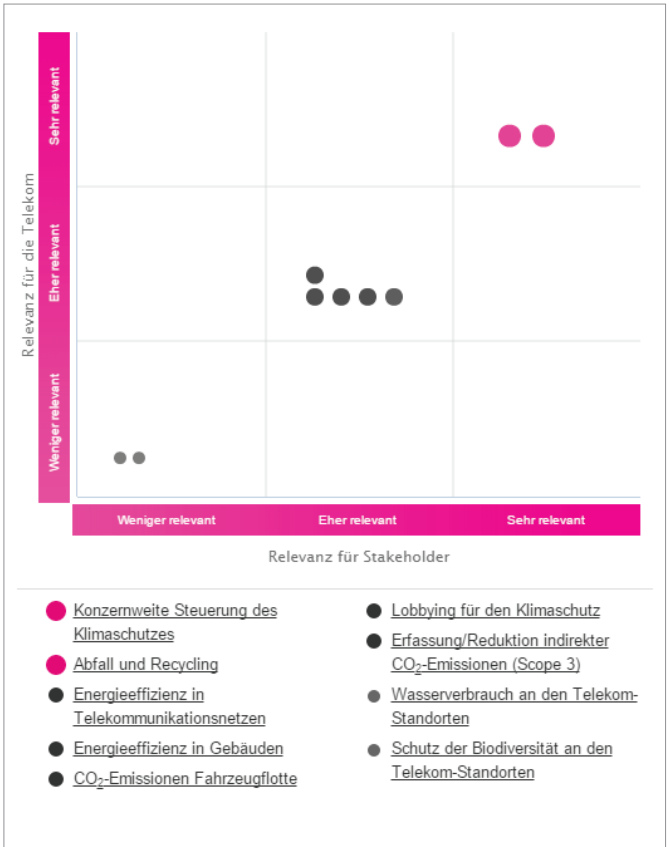
- Steuerung der Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferantenkontrollen
- Entwicklungsprogramme für Lieferanten
- Bekenntnis zu Normen und Standards
- Dialog mit Anspruchsgruppen
- Bekenntnis und Initiativen zur nachhaltigen Rohstoffgewinnung
- Nachhaltigkeitsmanagement im Joint Venture Buyin

BESCHÄFTIGTE



- Personalstrategie
- Mitarbeiterbeteiligung
- Arbeitgeber/Arbeitnehmer-Beziehungen konzernweit
- Zusammenarbeit mit Sozialpartnern
- Förderung von Gesundheit, Sicherheit und Umweltschutz
- Förderung der Arbeitnehmer-Vielfalt
- Work-Life-Balance
- Altersgerechte Lehr- und Lernangebote
- Maßnahmen zur Mitarbeitergewinnung
- Personalentwicklung
- Personal- und Organisationsumbau
- Lohngerechtigkeit zwischen Frauen und Männern
- Vergütung und Altersvorsorge
- Auslagerung von Prozessen („Outsourcing")

KLIMA & UMWELT



- Konzernweite Steuerung des Klimaschutzes
- Abfall und Recycling
- Energieeffizienz in Telekommunikationsnetzen
- Energieeffizienz in Gebäuden
- CO_2-Emissionen Fahrzeugflotte
- Lobbying für den Klimaschutz
- Erfassung/Reduktion indirekter CO_2-Emissionen (Scope 3)
- Wasserverbrauch an den Telekom-Standorten
- Schutz der Biodiversität an den Telekom-Standorten

FORMATE DER EINBEZIEHUNG

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

Übersicht Mitgliedschaften und Kooperationen

GRI-Indikator G-4 26

Wirtschafts- und Branchenverbände

- American Chamber of Commerce in Germany
- Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA)
- Branchenverband BITKOM
- European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO)
- Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. (econsense)
- GSM Association (GSMA)
- International Chamber of Commerce (ICC)
- Bundesverband der Deutschen Industrie e.V. (BDI)

Zu den Themen Klima- und Umweltschutz

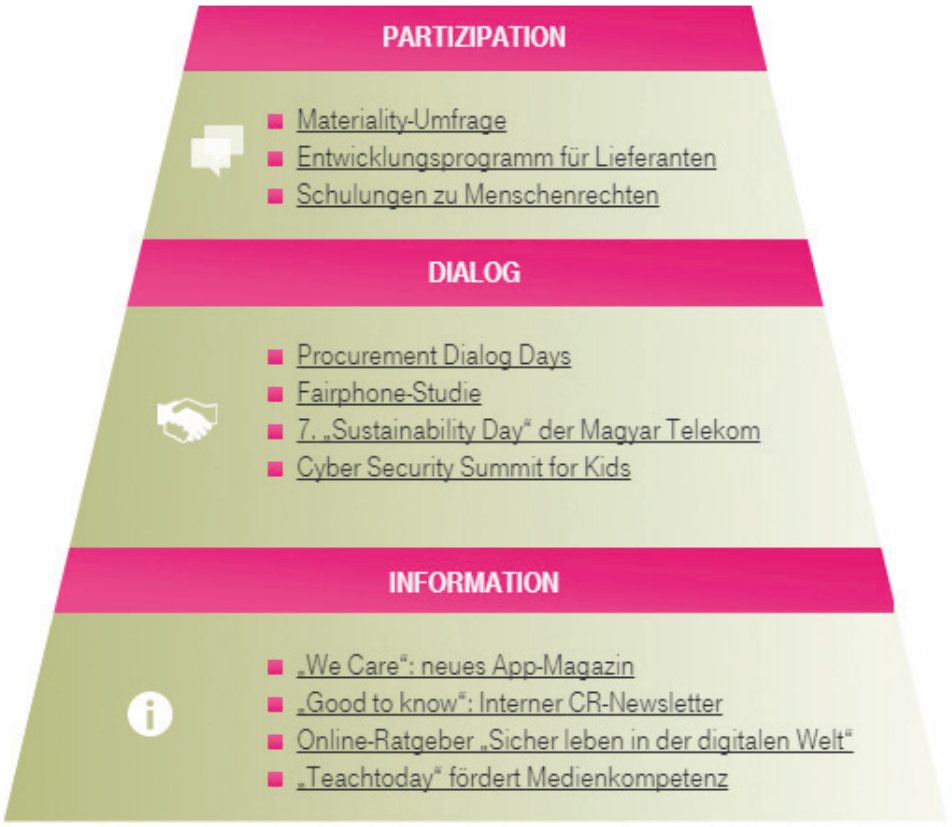
- B.A.U.M. e.V.
- Global e-Sustainability Initiative (GeSI)
- Stiftung 2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz
- Sustainability Leadership Forum (in Kooperation mit B.A.U.M.)
- European School of Management and Technology (ESMT) (Sustainable Business Roundtable)
- Global Compact
- Global Compact LEAD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

Ausgewählte Kooperationen mit humanitären und sozialen Organisationen

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

Formate zur Einbeziehung unserer Stakeholder

Highlights



POLITISCHE INTERESSENSVERTRETUNG

Politik und Regulierungsbehörden nehmen Einfluss auf die Entwicklung und Verfügbarkeit von Netzinfrastruktur, Technologien und Diensten. Dies hat nicht nur unmittelbare Folgen für die Wettbewerbsfähigkeit der Telekommunikationsunternehmen, sondern auch für die Wirtschaft insgesamt, die auf eine schnelle Netzinfrastruktur ebenso angewiesen ist wie auf moderne Telekommunikationsdienste. Neben der wirtschaftlichen Dimension besitzen Netze und Dienste eine erhebliche Bedeutung für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Wir bemühen uns deshalb um einen aktiven und ständigen Dialog mit interessierten Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft.

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

INSTRUMENTE ZUR POLITISCHEN INTERESSENVERTRETUNG

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

Die Deutsche Telekom ist einer auf ethischen Grundsätzen und gesetzlichen Vorgaben basierenden politischen Interessenvertretung verpflichtet. Jeder Mitarbeiter im Konzern ist zur Einhaltung der bestehenden Konzernrichtlinien verpflichtet. Dieses Gesamtregelwerk ist Grundlage für eine offene, transparente und gesetzeskonforme politische Interessenvertretung. Diese Regeln gelten auch für die Vertretung unserer Anliegen im Rahmen der Mitarbeit in Verbänden und entsprechenden Gremien.

INVESTITIONSANREIZE FÜR BREITBANDNETZE NOTWENDIG

Schnelle Breitbandnetze sind zur zentralen Infrastruktur geworden und Standort- und Erfolgsfaktor für alle Wirtschaftssektoren. Deutschland braucht eine leistungsfähige, zuverlässige und sichere Breitband-infrastruktur – und zwar möglichst flächendeckend. Die Deutsche Telekom leistet hierzu seit Jahren mit umfangreichen Investitionen in die Infrastruktur für Festnetz und mobiles Internet einen großen Beitrag. Sie investiert seit Jahren Milliardensummen in die Breitbandversorgung Deutschlands und engagiert sich wie kein anderes Unternehmen für die Schließung von weißen Flecken, besonders auch im ländlichen Raum.

Der flächendeckende Aufbau der Zugangsnetze der nächsten Generation (NGA) lässt sich aber nur in einem engen Schulterschluss von Politik und Wirtschaft bewältigen. Vor dem Hintergrund der ambitionierten Breitbandziele auf nationaler und europäischer Ebene muss es Kernaufgabe der Telekommunikations- und Regulierungspolitik sein, die Planungssicherheit und insbesondere die finanzielle Leistungsfähigkeit der investitionsbereiten Unternehmen im Markt zu verbessern und das Potenzial für einen wirtschaftlichen privaten Ausbau unter Einsatz aller verfügbaren Technologien zu maximieren. Dort, wo ein wirtschaftlicher Breitbandausbau nicht möglich ist, ist die öffentliche Hand gefordert, die Wirtschaftlichkeitslücken mit technologie- und anbieterneutralen Förderprogrammen zu schließen. Eine zukunftsweisende Regulierung muss Investitionen in moderne Breitbandnetze aktiv unterstützen und unnötige finanzielle und bürokratische Belastungen für investierende Netzbetreiber vermeiden. Die erfolgreiche Liberalisierung des Telekommunikationsmarkts hat dazu geführt, dass Deutschland einen selbsttragenden, funktionsfähigen Infrastrukturwettbewerb besitzt. Die Investitions- und Wettbewerbsfähigkeit der deutschen und europäischen Telekommunikationsindustrie muss vor dem Hintergrund des globalen Wettbewerbs weiter gestärkt werden.

Durch die lange Jahre nur preissenkungsorientierte Regulierungspolitik wurden und werden der Branche finanzielle Mittel genommen, die für die politisch gewollten Investitionen fehlen. Regulierte Entgelte müssen Kosten- und Preisentwicklungen widerspiegeln und die richtigen Anreize für Investitionen in neue Netze setzen. Gerade für NGA-Netze, die unter Wettbewerbsbedingungen aufgebaut werden, benötigt ein reguliertes Unternehmen Preisflexibilität. Nur so können die Wettbewerbsfähigkeit und Auslastung – und damit die Wirtschaftlichkeit – sichergestellt werden.

Die Modernisierung der Regulierung bleibt eine wichtige Aufgabe. Vor dem Hintergrund der Dynamik bei Wettbewerb, Technologien und Nachfrage muss die Marktregulierung überprüft und angepasst beziehungsweise zurückgeführt werden. Regulierungseingriffe müssen auf nachgewiesenem Marktversagen beruhen, damit sie nicht Innova-

tionen bei Tarifen und Produkten unnötig beschränken. Open Access sollte als Grundprinzip verankert werden, damit Wettbewerb und freie Wahlmöglichkeiten für den Verbraucher bei allen Ausbauvorhaben sichergestellt sind.

Die Regulierung sollte über die gesamte digitale Wertschöpfungskette neu ausbalanciert werden. Angesichts des schnellen Zusammenwachsens von Internet- und Telekommunikationsmärkten und der weiter steigenden Marktmacht weniger globaler Player im Internet führt die sektorspezifische Regulierung der Telekommunikation zunehmend zu einer Schieflage. Für Internet-Firmen müssen die gleichen Gesetze und Regeln gelten wie für Telekommunikationsunternehmen, sofern diese die gleichen Dienste anbieten. Ziel muss es sein, gleiche Wettbewerbsbedingungen zu schaffen und eine gerechtere Verteilung der finanziellen Lasten des Breitbandausbaus zu ermöglichen. Darüber hinaus ist eine grundlegende Überarbeitung des europäischen Rechtsrahmens für die Telekommunikation, der im Wesentlichen bereits seit 2002 in Kraft ist, überfällig und muss die drängenden Probleme des Sektors möglichst kurzfristig adressieren.

BEWAHRUNG DES OFFENEN INTERNETS

Das Thema Netzneutralität genießt weiterhin politische Aufmerksamkeit: Die für den europäischen IKT-Sektor zuständige EU-Kommissarin Neelie Kroes hatte im September 2013 dem EU-Parlament einen Verordnungsentwurf zur Vereinheitlichung des Rechtsrahmens übermittelt. Als Teil des sogenannten Telekom-Binnenmarktpakets soll auch die Netzneutralität EU-weit einheitlich geregelt werden. Vorgesehen sind Regeln zur Verkehrssteuerung und zur Transparenz sowie zur Zulässigkeit von kommerzieller Produkt- und Dienstdifferenzierung im Internet.

Die Deutsche Telekom bleibt dem offenen Internet verpflichtet. Auch in Zukunft werden Inhalte und Dienste nach dem „Best Effort"-Prinzip im Internet zugänglich sein, das bedeutet: so gut es die zur Verfügung stehenden Ressourcen ermöglichen. Die Deutsche Telekom wird ihre Infrastruktur stetig ausbauen und optimieren, um den stark wachsenden Datenverkehr bewältigen zu können und Innovationen in ihrem Netz zu ermöglichen. Nur so können wir die steigende Nachfrage der Kunden bedienen und den Anspruch der Anbieter von Online-Inhalten und -Anwendungen erfüllen, ihre Dienste auch in Zukunft in entsprechender Qualität anzubieten. Dabei wären Telekommunikationsnetze ohne Netzwerkmanagement nicht zu betreiben.

Aufbauend auf dem „Best Effort"-Internet entwickelt die Deutsche Telekom deshalb Geschäftsmodelle, bei denen die Internet-Wirtschaft innovative Dienste anbieten kann, die bestimmte Anforderungen an die Übertragungs- oder Dienstqualität (Quality of Service, QoS) stellen. Hierbei werden die rapide wachsenden, unterschiedlichen Arten von Datenströmen im Internet gesteuert. Eine Kontrolle von Inhalten findet keinesfalls statt. Die Deutsche Telekom unterstreicht die Freiheit des Internets und nimmt keinen Einfluss auf Inhalte der Nutzer oder der Anbieter. Im Wettbewerb mit anderen Telekommunikationsnetzbetreibern wird die Telekom auch in Zukunft Dienste mit unterschiedlichem Qualitätsstandard ausschließlich auf nicht diskriminierende Weise vermarkten. So können Verbrauchern mehr Auswahl und gesicherte hohe Qualitäten angeboten werden.

VERBRAUCHERPOLITISCHER DIALOG

Die Deutsche Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, das bestangesehene Service-Unternehmen der Branche zu werden. Verbraucherpolitischen Themen räumten wir darum auch 2014 eine hohe Priorität ein. So haben wir weiter intern die verbraucherpolitischen Strukturen verstärkt, um einen besseren Austausch zwischen der Produkt- und Diensteentwicklung der Deutschen Telekom und unseren externen Stakeholdern aus Politik und Zivilgesellschaft zu ermöglichen.

Zentrale Themen in der Gesetzgebung, im Stakeholder-Dialog wie auch im Bemühen, freiwillige, über das Gesetz hinausgehende Regelungen für die Branche zu schaffen, waren insbesondere die kontinuierliche Fortführung des Verbraucherdatenschutzes, zum Beispiel in der Online-Werbewirtschaft, die Stärkung eines umfassenden und technikübergreifenden Jugendschutzes auf nationalen Ebenen und EU-Ebene, insbesondere die Fortentwicklung eines umfassenden konzernweiten Mindeststandards in der EU und der kontinuierliche Dialog mit Jugendschutzorganisationen auf nationaler und auf EU-Ebene, die Verbesserung der Standards im Kundenservice, Stärkung des Kundenschutzes in der Telekommunikation, zum Beispiel beim Anbieterwechsel im Festnetz und Mobilfunk sowie das Engagement für verbesserte Transparenz gegenüber unseren Kunden sowie gemeinsam mit der gesamten Branche.

Im Bereich des verbesserten Anbieterwechsels im Festnetz hat die Deutsche Telekom im Jahr 2014 weitere wichtige Fortschritte erzielt – intern sowie gemeinsam mit anderen deutschen Telekommunikationsanbietern. Ziel ist es, den Wechsel für Verbraucher im Festnetz wie im Mobilfunk gleichermaßen einfacher und weitgehend unterbrechungsfrei auszugestalten. Die Telekom steht in allen Themenfeldern für einen konstruktiven und lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Verbraucherbedürfnis als auch an den Unternehmensinteressen ausrichtet.

In Hinblick auf verbesserte Transparenz gegenüber Kunden hat die Telekom in Deutschland 2014 die Initiative ergriffen und ihre Tarife neu aufgestellt (siehe das neue Produktportfolio „Magenta1"). Somit hat sie einen wichtigen Schritt unternommen, um ihre Produkte und die dazugehörige Kommunikation transparenter und einfacher zu machen – Kunden können nun besser verstehen, was sie von Tarifen im Festnetz und Mobilfunk erwarten können.

COMPLIANCE

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

MANAGEMENTANSATZ

Die Telekom bekennt sich klar zu ethischen Grundsätzen und den geltenden Rechtsnormen. Sie hat diese in ihren Guiding Principles und ihrem Code of Conduct verankert. Um konzernweit integres und rechtskonformes Verhalten sicherzustellen, betreibt sie seit 2005 ein umfassendes Compliance-Management. Alle Aktivitäten im Rahmen des Compliance-Managements stehen im Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften und der Konzernrichtlinie Datenschutz, der den Umgang mit personenbezogenen Daten in der Deutsche-Telekom-Gruppe regelt.

Die Verantwortung für das Compliance-Managementsystem ist bei der Telekom auf oberster Führungsebene im Vorstandsressort Datenschutz, Recht und Compliance angesiedelt. Die Compliance-Organisation besteht aus der Position des Chief Compliance Officer (CCO) und einer zugleich zentral wie dezentral verankerten Compliance-Organisation. Die Compliance-Organisation unterstützt die Mitarbeiter, Compliance in ihrer täglichen Arbeit umzusetzen. Eine Richtliniendatenbank ermöglicht es, Richtlinien schnell und einfach zu finden. Die Mitarbeiter der Konzerngesellschaften können sich einen Überblick verschaffen, welche Richtlinien in ihren Gesellschaften gelten. Dazu werden Herausgeber von Richtlinien unterstützt, konzernweit Richtlinien zu implementieren und dies auch prozesskonform zu dokumentieren. Regelmäßig führen wir allgemeine Compliance- und umfassende Antikorruptionsschulungen durch, an denen die Mehrzahl unserer Mitarbeiter teilnimmt.

Die Telekom sensibilisiert ihre Mitarbeiter auf breiter Ebene für Compliance-Themen. Hierzu spricht sie auch ihre Führungskräfte als Multiplikatoren an. Die Rückmeldungen werden gründlich analysiert und genutzt, um verschiedene Maßnahmen abzuleiten, darunter beispielsweise erweiterte, am jeweiligen Informationsbedarf der Mitarbeiter orientierte Compliance-Trainings sowie ergänzende Kommunikationsmaßnahmen.

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

REIFEGRAD-ORIENTIERTE COMPLIANCE IMPLEMENTIERT

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

Wir haben deshalb einen „Baukasten für eine reifegradorientierte Compliance“ entwickelt. Die Aufgabe bestand darin, Anforderungen an ein Compliance-Managementsystem für die verschiedenen Konzerngesellschaften zu definieren und dabei deren wirtschaftliche Entwicklung, Geschäftsstrategien und -risiken zu berücksichtigen. Hierzu ordneten wir die Gesellschaften nach ihrer jeweiligen Lebenszyklusphase (von Start-up bis Marktführer) und ihrem spezifischen Compliance-Risiko in einer Matrix ein. Dabei bildeten wir insgesamt fünf Cluster, für die wir dann Mindeststandards für die einzelnen Elemente des Compliance-Managementsystems definiert haben. So haben wir beispielsweise festgelegt, welche Compliance-Richtlinien von den Tochterunter-nehmen implementiert werden müssen, wie oft diese am Compliance Risk Assessment teilnehmen müssen und wie oft ein Compliance Report erstellt werden muss.

In den Jahren 2013 und 2014 haben wir die Tochtergesellschaften dem Konzept entsprechend gruppiert und überprüft, inwieweit ihr bestehendes Compliance-Managementsystem unseren Erwartungen entspricht. Unter anderem untersuchten wir, ob bei einzelnen Compliance-Aktivitäten zu wenig oder zu viel unternommen wird, und nutzten diese Erkenntnisse, um unsere Ressourcen gezielter und wirksamer einzusetzen. Das Konzept wird darüber hinaus auch beim Aufbau von Compliance-Aktivitäten in neu akquirierten oder neu gegründeten Tochtergesellschaften angewandt.

ZERTIFIZIERUNG DES COMPLIANCE-MANAGEMENTS

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

- die Etablierung einer Compliance-Organisation in allen wesentlichen Konzerneinheiten,
- die risikoorientierte Ableitung eines Compliance-Programms und dessen konsequente Umsetzung über Richtlinien, Schulungen, Beratungsangebote, Kommunikationsmaßnahmen,

- die Implementierung von Compliance-Kontrollen und von Compliance Due Diligence (Analyse von Compliance-Risiken bei Zukäufen) sowie

- die Sicherstellung, dass auf Compliance-Verstöße angemessen reagiert wird.

Zusätzlich zu den acht bereits zertifizierten Telekom-Gesellschaften in Deutschland ließen wir unser Compliance-Managementsystem auch bei den internationalen Gesellschaften von Wirtschaftsprüfern zertifizieren. 2013 erhielten 13 und im Jahr 2014 weitere zwei Landesgesellschaften das Zertifikat nach dem IDW Prüfungsstandard 980. Schwerpunkt der Prüfungen bildete das Thema Antikorruption. Die Zertifizierung bestätigt, dass das jeweilige Compliance-Managementsystem der unten aufgelisteten Gesellschaften geeignet ist, Korruptionsrisiken zu erkennen und Regelverstöße zu verhindern.

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

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

INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT ZUM THEMA COMPLIANCE

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

Um der internationalen Ausrichtung des Konzerns noch besser gerecht zu werden, besprechen wir strategische Themen mit einem internationalen Beratungsteam (Compliance Advisory Team) und entwickeln einen gemeinsamen Compliance-Ansatz. Das Team gibt als „Trendsetter“ Impulse für die Gestaltung und Implementierung einer ausgewogenen Compliance im Konzern Deutsche Telekom.

Die konzernweite Zusammenarbeit zum Thema Compliance fördern wir zudem durch Treffen von Vertretern aller Compliance-Organisationen der Landesgesellschaften. 2014 jährten sich diese sogenannten International Compliance Days zum zehnten Mal: Über 100 Compliance-Verantwortliche aus 27 Ländern trafen sich am 2. und 3. April bei der Magyar Telekom in Budapest. Unter dem Motto „Compliance today and tomorrow“ tauschten sie sich über Compliance-Strategien und -Trends aus und diskutierten neue Wege der Zusammenarbeit.

KORRUPTIONSVORBEUGUNG UND -BEKÄMPFUNG

Alle Konzerneinheiten regelmäßig auf Korruptionsrisiken überprüft

Intern verfolgen wir ein breites Spektrum an Maßnahmen zur Korruptionsvorbeugung und -bekämpfung.

Zentrale Grundlage des Compliance-Managementsystems ist das Compliance Risk Assessment. Es dient der Identifikation und Bewertung von Compliance-Risiken sowie der Definition von geeigneten Maßnahmen zur Prävention. Die Deutsche Telekom hat einen konzernweiten jährlich zu durchlaufenden, toolbasierten Prozess aufgesetzt. Dadurch haben wir Verantwortlichkeiten festgelegt und klare Bewertungskriterien definiert, die nachvollziehbar dokumentiert werden. Die Auswahl der Gesellschaften, die am Compliance Risk Assessment teilnehmen, erfolgt nach dem oben beschriebenen reifegradorientierten Modell. Im Jahr 2014 haben 81 Gesellschaften teilgenommen, insgesamt 94 Konzerngesellschaften durchlaufen mindestens alle zwei Jahre den Prozess.

Der Compliance-Bereich der Deutschen Telekom hat eine definierte Konzern-Risikolandkarte implementiert, die eine umfassende und systematische Basis an Risiken darstellt, die für unser Unternehmen einen hohen Stellenwert haben. Diese Risikolandkarte ist breit aufge-stellt, um die weltweit tätigen Gesellschaften mit ihren Geschäftsmodellen in die Lage zu versetzen, eine systematische Risikoanalyse vor-nehmen zu können. Aktuell umfasst sie knapp 30 Risikokategorien. Jede Tochtergesellschaft kann geschäftsspezifisch weitere Kategorien definieren. Für jedes Risiko wird bestimmt, welche konkrete Bedrohung für das jeweilige Tochterunternehmen besteht und welche Maßnahmen bereits implementiert wurden, um das Risiko zu reduzieren. Sofern erforderlich, werden weitere Maßnahmen entwickelt, um die Risiken entsprechend der Risikostrategie auf ein vertretbares Niveau zu senken. Die Durchführung des Compliance Risk Assessment liegt in der Verantwortung der jeweiligen Konzerngesellschaft. Die zentrale Compliance-Organisation unterstützt und berät sie hierbei.

Die Geschäftsführungen der Tochtergesellschaften werden über die Ergebnisse des Compliance Risk Assessments informiert. Aus diesem folgt das Compliance-Programm des Folgejahres mit den definierten Maßnahmen und Verantwortlichkeiten, über das die Geschäftsführung einen dokumentierten Beschluss zu fassen hat. Die Maßnahmen aus dem Compliance-Programm werden konsequent gemonitort.

Ermittlungen nach klaren Regeln

Die Deutsche Telekom hat sich klare Regeln für Untersuchungen bei Korruptionsverdacht gegeben. Sie geht Hinweisen nur dann nach, wenn diese sich auf einen Verstoß gegen gesetzliche oder interne Vor-schriften beziehen und eine hinreichend konkrete Sachverhaltsbeschreibung vorliegt. Sind diese Voraussetzungen erfüllt, werden die Hinweise sorgfältig untersucht. Hierbei aufgedeckte Verfehlungen werden angemessen – bis hin zur außerordentlichen Beendigung

eines Arbeitsverhältnisses – sanktioniert. Außerdem können Schadensersatzansprüche erhoben werden. Bei den Untersuchungen erkannte Schwächen im internen Kontrollsystem werden systematisch analysiert und behoben.

Für Transparenz international gewürdigt
Die Deutsche Telekom nimmt in puncto Transparenz global eine Führungsrolle ein. Dies bestätigt eine Studie von Transparency International: Unter den weltweit 124 größten der darin untersuchten Konzerne belegten wir Platz sieben, deutschlandweit sogar Platz eins. Die Bewertung basiert auf öffentlich zugänglichen Informationen der Unternehmen zum Umfang ihrer Antikorruptionsprogramme, zur Offenlegung wirtschaftlicher Verflechtungen sowie zur länderspezifischen Offenlegung finanzieller Aufwendungen und Einnahmen.

WESENTLICHE LAUFENDE RECHTSVERFAHREN

Die Deutsche Telekom ist Partei in mehreren gerichtlichen und außergerichtlichen Verfahren mit Behörden, Wettbewerbern sowie anderen Beteiligten. Von besonderer Bedeutung sind aus Sicht der Deutschen Telekom die im Geschäftsbericht 2014 aufgeführten Verfahren.

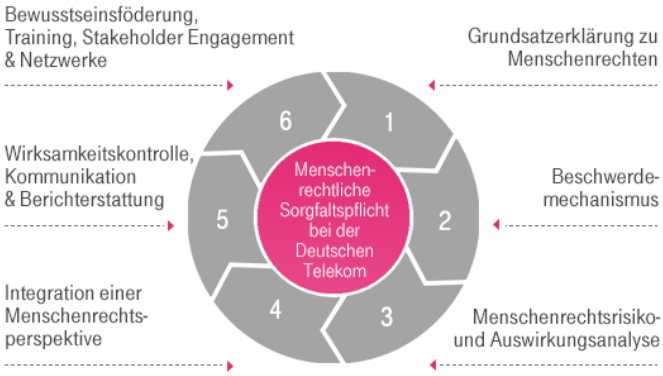
MENSCHENRECHTE

Für ein international operierendes Unternehmen wie unseren Konzern hat die Achtung der Menschenrechte einen hohen Stellenwert, zumal die ICT-Branche immer wieder wegen Missständen in ihrer Lieferkette kritisiert wird. Deshalb haben wir bei der Telekom umfangreiche Sozialstandards etabliert und setzen diese mit geeigneten Methoden um. Hierbei betrachten wir innerhalb unseres Unternehmens insbesondere die Wahrung des Rechts auf Kollektivvereinbarungen sowie die Gewährleistung von Vielfalt und Chancengleichheit. Unsere Lieferanten nehmen wir ausdrücklichmit in die Verantwortung, um die Achtung der Menschenrechte auch außerhalb unseres Konzerns zu gewährleisten.

MANAGEMENTANSATZ (MENSCHENRECHTE)

Die Telekom bekennt sich ausdrücklich zu den vom Menschenrechtsrat der Vereinten Nationen 2011 verabschiedeten UN-Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte. Die Prinzipien verlangen, Auswirkungen auf Menschenrechte systematisch zu identifizieren und negative Folgen zu verhindern, abzumildern oder bei Bedarf wiedergut zumachen. Um diese Anforderungen zu erfüllen, haben wir für den gesamten Konzern ein umfassendes Programm zur Implementierung der Leitprinzipien entwickelt und einen fortlaufenden Prozess aus mehreren ineinandergreifenden Maßnahmen und Instrumenten eingeführt, wie in der Grafik abgebildet.

Menschenrechtliche Sorgfaltspflicht bei der Deutschen Telekom



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

Instrumente zur Überprüfung möglicher Auswirkungen auf Menschenrechte

Um unser Menschenrechtsengagement und mögliche Auswirkungen auf Menschenrechte auf Länderebene zu prüfen, führten wir im Berichtszeitraum erstmals ein umfassendes Human Rights Impact Assessment mit Stakeholder-Konsultationen in einer unserer Landesgesellschaften durch. Gleichzeitig setzten wir die 2013 gestartete Integration von Menschenrechtsaspekten in die bei Fusionen und Akquisitionen übliche Unternehmensbewertung fort. Darüber hinaus führen wir zur Umsetzung der Konzernrichtlinie zu Employee Relations („Employee Relations Policy“) spezielle Begutachtungsprozesse zur Einschätzung der Arbeitgeber-Mitarbeiter Beziehungen durch.

ÜBERARBEITETE SOZIALCHARTA WELTWEIT GÜLTIG

Unsere Sozialcharta ist in allen Konzerneinheiten der DTAG weltweit gültig. Mit ihr setzen wir die Empfehlungen der UN-Leitprinzipien um und verpflichten uns ausdrücklich, die Menschenrechte im gesamten Konzern zu achten und dies auch von unseren Zulieferern zu verlangen. Im Zuge ihrer Erneuerung in 2013 richteten wir eine zentrale Kontaktstelle für Menschenrechte auf Konzernebene ein.

Bestandteil der Sozialcharta sind zwei Instrumente, mit denen wir die Einhaltung ihrer Vorgaben überprüfen: Zum einen erstellen wir jedes Jahr einen zentralen Sozialbericht („Social Performance Report“), an dem sich alle 111 vollkonsolidierten Gesellschaften der Telekom beteiligten. Dieser verzeichnet für den Zeitraum zwischen Oktober 2013 und September 2014 keinerlei Verstöße gegen unsere Sozialcharta. Zum anderen betreiben wir seit 2013 eine zentrale Kontaktstelle für Menschenrechte. 2014 nahm diese elf Hinweise mit Menschenrechtsbezug entgegen. Unter anderem wurde hierfür die von uns bekannt gemachte E-Mail-Adresse genutzt (humanrights@telekom.de). Weitere Eingaben erfolgten über das anonyme Hinweisgebersystem ohne Angabe der Absenderdaten. Die Hinweise bezogen sich auf Fälle von Diskriminierung sowie angebliche Verstöße gegen Arbeitsstandards und das Recht auf freie Meinungsäußerung. Nach sorgfältiger Prüfung wurden nicht alle Hinweise als plausibel bewertet. In einem Fall haben wir eine Gegenmaßnahme eingeleitet, um einen Vorfall wiedergutzumachen. Die Informationen wurden stets respektvoll und vertraulich behandelt.

Kommunikation der Sozialcharta

Um die neuen Inhalte der Sozialcharta an unsere Mitarbeiter und Lieferanten zu vermitteln, führten wir 2014 verschiedene Dialoge. In direkten Gesprächen informierten wir unsere Ansprechpartner in den Landesgesellschaften über die Ergebnisse der Überarbeitung unserer Sozialcharta und über aktuelle Menschenrechtsthemen.

Unseren sechsten Sustainable Procurement Dialogue Day am 26. März 2014 in Bonn nutzten wir, um auch unsere Lieferanten stärker in unser Menschenrechtsengagement einzubinden. Eine der drei Arbeitsgruppen der Tagung widmete sich ausdrücklich der Sorgfaltspflicht der Telekom für die Achtung der Menschenrechte in ihrer Lieferkette. Weitere Informationen und Details zur Veranstaltung finden Sie im Kapitel „Lieferanten".

UMFASSENDES HUMAN RIGHTS IMPACT ASSESSMENT ABGESCHLOSSEN

Bei der Bewertung menschenrechtlicher Auswirkungen unserer Geschäftsaktivitäten verfolgten wir 2014 einen länderspezifischen Ansatz. So führten wir in einer Tochtergesellschaft der T-Systems mit Unterstützung durch ein spezialisiertes Beratungsunternehmen ein sogenanntes Human Rights Impact Assessment durch. Teil der Bewertung waren verschiedene Stakeholder-Konsultationen, darunter Dialoge mit Lieferanten und einem Regierungsvertreter sowie Interviews mit Rechteinhabern. Das Impact Assessment basiert auf den „Leitprinzipien der Vereinten Nationen für Wirtschaft und Menschenrechte" und bewertet jeweils auf nationaler Ebene die möglichen Auswirkungen von Unternehmensaktivitäten auf Menschenrechte innerhalb und außerhalb des Konzerns. Ziel ist es, Chancen und Risiken unserer Geschäftstätigkeit zu erkennen, potenziell betroffene Personengruppen zu identifizieren, Maßnahmen aufzusetzen und gegebenenfalls einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess einzuleiten.

Mehr Informationen zu dem Impact Assessment veröffentlichen wir auf unserer Webseite auf unserer Webseite.

SCHULUNGEN ZU MENSCHENRECHTEN

Zur Implementierung der UN Leitprinzipien für Wirtschaft und Menschenrechte haben wir im Berichtszeitraum gezielte Schulungs- und Bewusstseinsschärfungsprogramme angeboten. Für die drei Bereiche Human Resources, Risk Assessment und Einkauf wurden Webinare zum Thema Menschenrechte mit Blick auf die spezifischen Fragestellungen dieser Bereiche angeboten. Mit den Verantwortlichen verschiedener Bereiche, darunter der Datenschutz, führten wir außerdem Gespräche zur Bewusstseinsbildung und holten von ihnen Selbsteinschätzungen zu ihrer menschenrechtlichen Performance ein.

Zur Umsetzung der UN Leitprinzipien gehört auch die Übernahme von Verantwortung für die Lieferkette. Deshalb haben wir im Berichtszeitraum Trainingsmaterialien zu unserer Sozialcharta und den darin verankerten Menschenrechtsprinzipien entwickelt und als Modul in unser e-learning Tool für Lieferanten in Deutschland integriert.

BRANCHENÜBERGREIFENDE ZUSAMMENARBEIT

Seit 2013 beteiligt sich die Deutsche Telekom an der Lerngruppe zur Analyse und Verbesserung der Managementfähigkeit des Deutschen Global Compact Netzwerks zum Thema Wirtschaft und Menschenrechte. Die Mitglieder halten sich gegenseitig über aktuelle Entwicklungen auf dem Laufenden und erarbeiten Maßnahmen zur verbesserten Wahrnehmung ihrer menschenrechtlichen Sorgfaltspflicht. 2014 haben wir hierfür gemeinsam Trainingsmaterialien entwickelt und Fallstudien zu Menschenrechtsverletzungen durchgeführt. Außerdem tauschten wir uns mit der Arbeitsgruppe der Vereinten Nationen zu Wirtschaft und Menschenrechten aus.

Neben der Lerngruppe nehmen wir an weiteren Arbeitsgruppen teil, die sich mit Menschenrechten beschäftigen. Plattformen hierfür sind, unter anderem, das econsense Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e.V. und die Global eSustainability Initiative (GeSI), eine Arbeitsgruppe des Global Industrial Relations Network, sowie die Joint Audit Cooperation (JAC).

RISIKO- UND CHANCENMANAGEMENT

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

KLIMASCHUTZ

Zurzeit sehen wir für die Erreichung unserer Klimaschutzziele innerhalb unseres Betrachtungszeitraums keine akuten Risiken. Die Deutsche Telekom versteht den Klimaschutz vor allem als Chance: ICT-Produkte und -Dienstleistungen haben das Potenzial, in anderen Branchen sieben Mal so viel CO_2-Emissionen einzusparen, wie die ICT-Branche selbst ausstößt (SMARTer2020-Studie). Beispiele für Chancen, die sich dabei von außen ergeben, sind die veränderten Kundenerwartungen, die politischen Maßnahmen zur Umsetzung der Energiewende, die wachsende Berücksichtigung nachhaltiger Kriterien bei Ausschreibungen und im Einkauf sowie das Interesse nachhaltiger Investoren (SRI). Das Carbon Disclosure Project betreut zum Beispiel 767 institutionelle Investoren (ca. 92Billionen US-Dollar) bei Investitionsentscheidungen in klimafreundliche Assets. Chancen, die sich die Deutsche Telekom selbst erarbeiten kann, sind die kontinuierliche Reduktion des eigenen Stromverbrauchs und der Emissionen sowie die Verringerung der CO_2-Emissionen durch klimafreundliche Produkte und Dienstleistungen und damit auch die Erschließung neuer Zielgruppen.

LIEFERANTEN

Mehr Nachhaltigkeit in unserer Lieferkette sehen wir als Chance. Dies dient unserer Reputation und unserem wirtschaftlichen Erfolg. So unterstützen wir strategische Lieferanten im Rahmen eines Entwicklungsprogramms dabei, Geschäftspraktiken einzuführen, die sozial und ökologisch verträglich sowie wirtschaftlich effizient sind. Das im Jahr 2014 eingeführte Programm zeigte bereits erste messbare Erfolge und soll 2015 ausgeweitet werden. Zugleich können wir im Rahmen unserer globalen Beschaffungstätigkeiten länder- und lieferantenspezifischen Risiken ausgesetzt werden. Dazu zählen zum Beispiel der Einsatz von Kinderarbeit, die bewusste Akzeptanz von Umweltschäden oder mangelhafte Arbeits- und Sicherheitsbedingungen in den lokalen Lieferantenfabriken. Für uns können sich Reputationsrisiken, aber auch Lieferrisiken aus der Berichterstattung von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) oder Medien ergeben. Mittels der systematischen Überprüfung der Lieferanten verringern wir diese Risiken.

GESUNDHEIT UND UMWELT

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

Basierend auf dem aktuellen wissenschaftlichen Kenntnisstand haben anerkannte Gremien wie die Weltgesundheitsorganisation (WHO) und die Internationale Strahlenschutzkommission (ICNIRP) in den vergangenen Jahren wiederholt die geltenden Grenzwerte für den Mobilfunk überprüft und die sichere Nutzung der Mobilfunk-Technik bei Einhaltung dieser Werte bestätigt. Auch ohne wissenschaftlichen Nachweis hat im Jahr 2011 die Internationale Agentur für Krebsforschung (IARC) – eine Fachagentur der Weltgesundheitsorganisation – aufgrund von Einzelhinweisen als Vorsorgemaßnahme hochfrequente elektromagnetischen Felder als „möglicherweise krebserregend“ eingestuft. Dies ist die schwächste Kategorie, die auf eine mögliche krebserzeugende Wirkung hinweist. In der gleichen Kategorie ist zum Beispiel auch der Genuss von Kaffee eingeordnet. Diese Bewertung führte jedoch zu einem Anstieg an Pressereaktionen sowie zu Kontroversen auf Expertenebene. Die Deutsche Strahlenschutzkommission hat die Einschätzung des IARC kritisiert, da aus ihrer Sicht die wissenschaftliche Evidenz nicht ausreichend sei. Zwischen allen Institutionen und Fachgremien besteht nach wie vor Einigkeit, dass es bisher keinen wissenschaftlichen Nachweis für ein Gesundheitsrisiko durch hochfrequente elektromagnetische Felder gibt, allerdings auch noch weiterer Forschungsbedarf besteht.

Wir sind davon überzeugt, dass die sichere Anwendung der Mobilfunk-Technik durch die Einhaltung der geltenden Grenzwerte sichergestellt wird. Dabei stützen wir uns auf die Bewertung der anerkannten Gremien. Die Basis unseres verantwortungsvollen Umgangs mit der Mobilfunk-Thematik ist die „EMF-Policy“ der Deutschen Telekom. In dieser verpflichten wir uns – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation und finanzieller Unter-

stützung unabhängiger Forschung zum Mobilfunk. Wir arbeiten daran, Unsicherheiten in der Bevölkerung durch eine sachliche, wissenschaftlich fundierte und transparente Informationspolitik abzubauen. So fühlen wir uns weiterhin auch verpflichtet, den vertrauensvollen und erfolgreichen Austausch mit Kommunen über das gesetzlich vorgeschriebene Maß hinaus zu pflegen. Dies gilt auch, nachdem die langjährige Zusammenarbeit mit Kommunen im Zusammenhang mit dem Ausbau des Mobilfunknetzes, die bislang auf Basis von freiwilligen Selbstverpflichtungen der Netzbetreiber erfolgte, 2013 gesetzlich verankert wurde.

DATENSCHUTZ

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

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

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

TRANSPARENZBERICHT VERÖFFENTLICHT

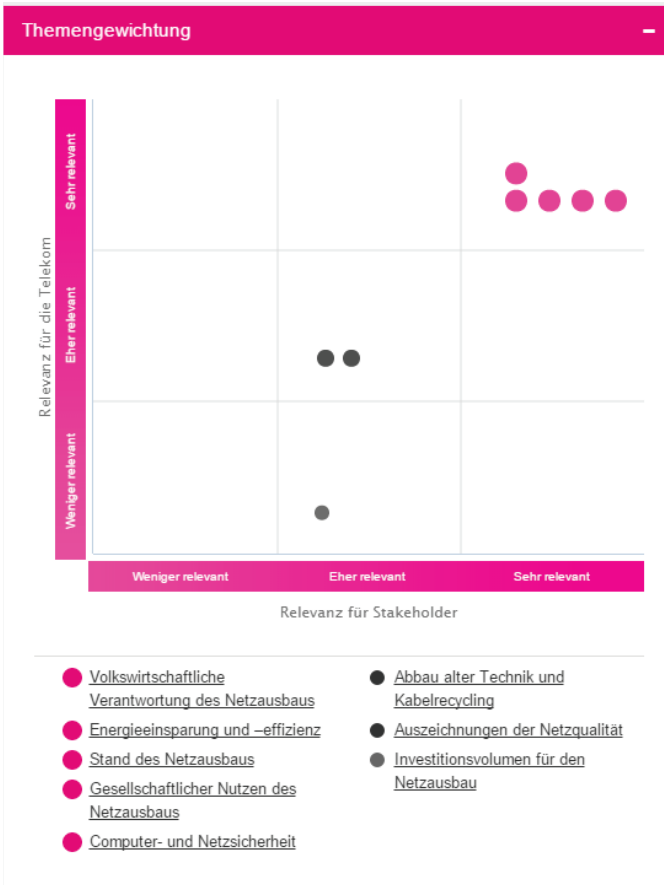
Die Telekom achtet streng darauf, dass in ihrem Verantwortungsbereich das Fernmeldegeheimnis gewahrt bleibt und der Datenschutz gewährleistet wird. Sofern Behörden in diese Grundrechte der Bürgerinnen und Bürger eingreifen, stellen wir eine rechtlich einwandfreie Bearbeitung der staatlichen Überwachungs- und Auskunftsersuchen sicher. Uneingeschränkt gilt insbesondere, dass die Telekom nur dann tätig wird, wenn die rechtlichen Voraussetzungen dafür erfüllt sind. Um mehr Transparenz zu gewährleisten, macht die Telekom seit 2014 die jährlichen Fallzahlen öffentlich zugänglich. Dazu haben wir im Berichtszeitraum unseren ersten Transparenzbericht veröffentlicht. Der Bericht weist für den Betrachtungszeitraum 2013 die Anzahl der auf Anordnung staatlicher Stellen überwachten Anschlüsse aus. Außerdem informiert er über die Anzahl der Verkehrsdatensätze, Teilnehmerbestandsdaten und IP-Adressen, die den Behörden von uns zur Verfügung gestellt wurden.

NETZE

In einem Feldversuch unter realen Bedingungen erzielten wir einen Geschwindigkeitsrekord von 580 MBit/s im LTE-Netz.

Unsere Netzinfrastruktur sichert wirtschaftliche Leistungsfähigkeit und gesellschaftliche Teilhabe. Entsprechend groß ist die Nachfrage nach schnelleren, flächendeckend verfügbaren Datendiensten. Deshalb bauen wir unsere Infrastruktur zügig weiter aus und erhöhen mit neuen, sicheren Technologien die Geschwindigkeit der Übertragung.

Wir legen großen Wert darauf, unsere Stakeholder in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für sie und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):



NETZ- & INFRASTRUKTURAUSBAU

Flächendeckende, schnelle und sichere Telekommunikationsnetze sind für viele Menschen im Alltag heute unverzichtbar. Sie ermöglichen neue Formen der Kommunikation und Zusammenarbeit, erleichtern die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben und sind von großem volkwirtschaftlichem Nutzen. Auf ihrer Basis entstehen laufend neue Geschäftsmodelle. Produktionsprozesse und Dienstleistungen können mit ihrer Hilfe effizienter gestaltet werden und für Entscheidungsprozesse stehen vielfältigere Informationen zur Verfügung. Diese steigende Nachfrage beantworten wir mit attraktiven Angeboten. Deshalb bauen wir unsere Infrastruktur zügig weiter aus und erhöhen die Geschwindigkeit der Datenübertragung im Mobilfunk wie im Festnetz.

MANAGEMENTANSATZ

Die weltweite Datenmenge wird 2020 zehnmal größer sein als noch 2013. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie des amerikanischen IT-Unternehmens EMC aus dem Jahr 2014. Statt 4,4 wären dann pro Jahr 44 Billionen Gigabyte in den Netzen unterwegs. Allein in Deutschland soll die Menge an digitalen Daten von derzeit 230 auf 1100 Milliarden Gigabyte steigen. Um dieses Volumen zu bewältigen, müssen die Netze stetig weiter ausgebaut werden.

In Deutschland ist die Telekom seit Jahren der größte Investor in diesem Bereich und wird sich hier auch in Zukunft intensiv engagieren. Hierfür maßgeblich sind die Hauptziele unserer europaweiten integrierten Netzstrategie (INS): Wachstum, Effizienz und Qualität. Wir wollen unsere Netze stetig erweitern, die Effizienz unserer Anlagen erhöhen und unsere Führungsrolle bei der Netzqualität weiter ausbauen. Mit der INS unterstützen wir die Netzausbauziele der EU-Kommission und der Bundesregierung (Digitale Agenda und Breitbandstrategie).

Netzausbau auf vier Säulen

Die integrierte Netzstrategie (INS) der Telekom in Europa setzt auf die vier Säulen LTE, Glasfaser, VDSL-Vectoring und Hybrid. In Deutschland bildet neben der Erweiterung des LTE-Mobilfunknetzes der Ausbau von Glasfaser in Verbindung mit VDSL-Vectoring Technik kurz- und mittelfristig den Schwerpunkt der INS. Durch die Einführung des integrierten Angebots Hybrid, einer Kombination aus LTE und Festnetz-Anschluss, sind seit März 2015 bundesweit die Reichweiten hoher Bandbreiten noch einmal deutlich erhöht worden.

Für die Umsetzung unserer INS in Deutschland haben wir zwei Ziele definiert, die wir bis 2018 erreichen wollen: 95 Prozent der Bevölkerung sollen an ihrem Heimatort LTE nutzen können. Gleichzeitig soll der Ausbau des Glasfasernetzes so weit fortschreiten, dass wir imstande sind, rund 80 Prozent der Haushalte einen VDSL-Vectoring-Anschluss mit einer Bandbreite von mindestens 50 Mbit/s anzubieten. Dies gilt vorbehaltlich regulatorischer Änderungen.

Erneuerung und Vereinfachung der Netzarchitektur

Wir wollen unsere Netze schneller und effizienter machen. Hierfür werden wir sämtliche nicht mehr benötigten, auf analoger Netztechnik beruhenden PSTN (Public Switched Telephone Network)-Plattformen abschalten und bis zum Jahr 2018 das gesamte Telefonnetz auf IP-basierte Anschlüsse umstellen. Der Betrieb des Telekommunikationsnetzes der Telekom (Festnetz und Mobilfunk) in Deutschland wird durch die Umstellungen zum Jahre 2020 rund 40 Prozent weniger CO_2-Emissionen verursachen als 2008. Einen wichtigen Beitrag zur Gesamtreduktion leistet der Umbau zur IP-Technologie, deren Energiebedarf im Vergleich zur bisher eingesetzten Netztechnik wesentlich geringer ist.

Um die Wünsche unserer Kunden nach einem schnellen Netz zu erfüllen, setzen wir bei der Erneuerung der Netzarchitektur zudem auf Glasfaser. Durch den Einsatz der auf Glasfaser basierenden Technologie VDSL-Vectoringwird die Datenübertragung auf bis zu 100 Mbit/s im Download beschleunigt. Im Upload sogar aus bis zu 40 Mbit/s. Vectoring ist jedoch mit einem zusätzlichen Energiebedarf verbunden. Um ihn zu senken, arbeiten wir an Steuerungslösungen für einen energiesparenden Betrieb unserer Anlagen in Zeiten mit geringem Datenverkehr. Insgesamt ist die Kombination von IP-Technologie mit VDSL-Vectoring schon heute deutlich energieeffizienter als die herkömmliche PSTN-Technik.

Auch durch die die Vereinfachung der Netzarchitektur sparen wir in großem Umfang Energie ein. Dies erreichen wir beispielsweise durch die Einführung eines Breitbandzugangsservers. Er übernimmt die Funktionen mehrerer herkömmlicher technischer Netzelemente, z.B. Router, die wir dadurch abschalten können.

Mobile Arbeitsplätze, Multimedia-Anwendungen und hochwertige Dienstleistungen aus dem Netz steigern die Nachfrage nach höheren Bandbreiten kontinuierlich. Um unseren Geschäftserfolg langfristig zu sichern, bringen wir die Glasfaser immer näher zum Kunden.

Der Netzausbau erfolgt unter der Maßgabe, bis 2018 achtzig Prozent der deutschen Bevölkerung mit sehr schnellem Internet zu versorgen. Dies gilt vorbehaltlich regulatorischer Änderungen. Hierfür werden wir mit FTTC “Fiber to the curb“ das Glasfasernetz erheblich erweitern. Dabei wird die Glasfaser im Hauptkabelzweig bis zum Kabelverzweiger (KVZ) (dies sind die grauen Kästen am Straßenrand) ausgebaut. Vor dort aus wird der Kunde mittels VDSL-Vectoring über das bestehende Kupferkabel mit großen Bandbreiten versorgt.

Bei FTTH, "Fiber to the home" geht die Glasfaserleitung bis in die Wohnung. Dies ermöglicht z.B. Produkte mit Geschwindigkeiten bis zu 200 Mbit/s im Download und 100 Mbit/s im Upload. Bereits mit FTTC sind jedoch Download-Geschwindigkeiten von 50 Mbit/s möglich.

Wenn FTTC mit Vectoring kombiniert wird, verdoppelt sich diese Rate auf bis zu 100 Mbit/s. Im Upload ist via Vectoring sogar eine Vervierfachung der Geschwindigkeit auf bis zu 40 Mbit/s möglich.

Seit November 2013 treiben wir den Ausbau der Vectoring-Infrastruktur voran. Der Ausbau der Glasfaser ist jedoch mit einem sehr hohen zeitlichen und finanziellen Aufwand verbunden. Daher ist er in manchen Regionen derzeit wirtschaftlich nicht realisierbar und nur in einem engen Schulterschluss von Politik und Wirtschaftzu bewältigen.

UMSETZUNG DER NETZSTRATEGIE IM MOBILFUNK (LTE)

Alle Landesgesellschaften des Telekom-Konzerns investierten 2014 umfangreich in die Erweiterung der LTE-Netze und setzten den Ausbau kontinuierlich und zügig fort: Ende 2014 waren im Segment Europa (12 Europäische Länder außer Deutschland) bereits mehr als 35 Prozent unserer Mobilfunkbasisstationen mit LTE-Technik ausgestattet. Je nach Region erreichten unsere Landesgesellschaften hierbei Abdeckungsquoten zwischen 30 und 79 Prozent. Bis Ende 2018 sollen diese auf 75 bis 95 Prozent steigen.

Auch in Deutschland sind wir mit dem LTE-Ausbau planmäßig vorangekommen. Ende 2014 erreichten wir hierbei eine Abdeckung von ca. 80 Prozent. Bis Ende 2018 soll dieser Wert auf 95 Prozent steigen.

Bei den Übertragungsgeschwindigkeiten macht der Mobilfunk ebenfalls große Fortschritte. Anfang 2014 setzten wir deutschlandweit mit „LTE Plus“ Maßstäbe auf Basis des Cat-4 Standards. Der Dienst erreicht im LTE 1.800-Netz per Download bis zu 150 Mbit/s und damit 50 Mbit/s mehr als im herkömmlichen LTE Netz. Mehr als 150 deutsche Städte profitieren davon. Seit Herbst 2014 sind mit LTE Advanced im Cat-6 Standard sogar bis zu 300 Mbit/s möglich. Auch in vielen ländlichen Regionen wurden inzwischen entsprechende Funkantennen eingerichtet, die dort LTE über die 1.800-MHz-Frequenz ermöglichen sollen. In dem Netztest des Fachmagazins connect kürten dessen Leser unser Mobilfunknetz 2014 zum dritten Mal in Folge zum „besten Netz“.

Als Innovationstreiber entwickeln wir uns stetig weiter. In einem Feldversuch unter realen Bedingungen erzielten wir bereits Anfang 2014 einen Geschwindigkeitsrekord von 580 MBit/s im LTE-Netz. Möglich wird diese Geschwindigkeit durch ein neuartiges Zusammenspiel von Frequenzbündelung und Mehrantennentechnik.

EIN ROUTER, ZWEI NETZE: DER HYBRID ANSCHLUSS

Der Hybrid Anschluss trägt als weitere Säule unserer integrierten Netzstrategie dazu bei, die Netze im wörtlichen Sinne zu integrieren. Seit Herbst 2014 bieten wir unseren Kunden mit Hybrid in Deutschland erstmalig die Kombination von IP-Festnetz und LTE-Mobilfunk in einem Festnetzprodukt an. Wenn der Kunde bei intensiver Nutzung seiner konstanten DSL-Leitung mehr Bandbreite benötigt, schaltet unser Hybrid-Dienst über einen speziellen Hybrid-Router LTE automatisch hinzu. Die Übertragungsraten beider Netze summieren sich daraufhin. Dies ist vor allem in Gebieten, in denen wir über das Festnetz bislang nur geringe Internet-Bandbreiten anbieten können, von Vorteil.
2014 waren wir weltweit der erste Massenmarktanbieter einer solchen Hybridlösung. Seit Herbst 2014 war der Hybrid Anschluss in vereinzelten Bundesländern erhältlich. Im Frühjahr 2015 erweiterten wir das Angebot auf die gesamte Bundesrepublik.

KOOPERATIONEN FÜR DEN BREITBANDAUSBAU

Beim Ausbau des Glasfaser-Breitbandnetzes kooperiert die Telekom mit zahlreichen Kommunen. Im Mai 2014 schlossen wir im Rahmen des Projekts „Mehr Breitband für Deutschland“den fünftausendsten Kooperationsvertrag. Seit dem Projektstart im Jahr 2008 ermöglichten wir auf diese Weise zusätzlich zu dem von uns betriebenen Regelausbau knapp zwei Millionen Haushalten eine Teilnahme am Breitbandnetz. Insbesondere ländliche Kommunen profitieren von dem Partnerschaftsmodell, bei dem wir gemeinschaftlich Lösungen entwickeln.

UMSTELLUNG AUF IP-TECHNOLOGIE

Alle Zeichen stehen auf IP, den Universalcode des 21. Jahrhundert. Mit der IP-Technologiewerden Telefongespräche nicht mehr analog oder über ISDN-Technik übertragen, sondern in Form von Datenpaketen – so, wie es im Internet und im Mobilfunk schon lange Standard ist. Mit dem Aufbau eines paneuropäischen IP-Festnetzes führen wir die bisher separat betriebenen Netze zusammen und erhöhen dabei deren Effizienz und Leistungsfähigkeit.

Bis Ende 2014 haben wir in Deutschland rund 5,8 Millionen Haushalte auf die IP-Technologie umgestellt. In den übrigen EU-Ländern bauten wir den Anteil der IP-Anschlüsse im Laufe des Jahres 2014 von 27 auf 39 Prozent aus. Die IP-Technologie ist zugleich die Voraussetzung für VDSL-Vectoringmit Datenraten bis zu 100 Mbit/s im Download und bis zu 40 Mbit/s im Upload

MOBILFUNKNETZ IN DEUTSCHLAND AUSGEZEICHNET

connect (01/2015): Netztest im vierten Jahr in Folge mit Bestnote bestanden

- Bei der Geschwindigkeit (Telefonie und mobiles Internet) sehen die Tester der Fachzeitschrift connect die Telekom auf dem ersten Platz. Sie erhielt dafür als einziger Anbieter die Note "sehr gut". Für den Test wurden auf 45 000 Kilometern rund 150 000 Einzelmessungen erfasst und ausgewertet.

connect (08/2014): Telekom Branchensieger mit Bestleistungen

- Im August 2014 veranstaltete die Zeitschrift connect ihren inzwischen fünften großen Netztest. Untersucht wurden Qualität und Leistungsfähigkeit von DSL- und Breitbandkabelanschlüssen. Basierend auf rund 1,6 Millionen Messungen zum Sprach- und Datenverkehr erreichte die Telekom hierbei 454 von 500 Punkten und errang damit die Gesamtnote “sehr gut”.

Stiftung Warentest (06/2014): Telekom seit zwei Jahren auf Platz 1

- Laut Stiftung Warentest bietet das Netz der Telekom als Testsieger die beste Abdeckung, einen zuverlässigen Anrufaufbau und eine gute Sprachqualität. Auch die Netzversorgung und die schnellen Ladezeiten beim mobilen Internet konnten die Jury überzeugen. Testgrundlage war eine deutschlandweite Tour mit acht an ein Messsystem angeschlossenen Smartphones. Dabei wurden auf Autobahnen, Landstraßen und in Innenstädten kontinuierlich die Sprach- und Datenverbindungen überprüft.

Chip Netztest (2014/2015): Vorsprung bei Telefonie und mobilem Internet ausgebaut

- Erster Platz trotz verschärfter Bewertungskriterien und der Abstand zur Konkurrenz wächst weiter, so das Ergebnis im Chip Netztest 2014/15. Nach umfangreichen Messungen liegt das Mobilfunknetz der Telekom in fast allen Bereichen vorn und erhält die Gesamtnote von 1,7. Als einzige hat sie damit eine Eins vor dem Komma.

Telecom Handel Leserwahl 2014: Zum dritten Mal in Folge bester Mobilfunkanbieter des Jahres

- In 23 Disziplinen prüften und bewerteten Fachhändler und Partnershop-Betreiber die Mobilfunkanbieter. Im Fokus standen für den Handel wichtige Aspekte wie Einbindung bei der Vertragsverlängerung (VVL), Höhe der Provisionen oder Erreichbarkeit der Händler-Hotline. Das Gesamtergebnis: Die Telekom ist bester Mobilfunkanbieter des Jahres 2014.

CYBER SECURITY

Hackerangriffe werden stetig professioneller, die Schäden größer. Täglich tauchen rund 100 000 neue Varianten von Schadsoftware auf, mehr als doppelt so viele wie noch vor einem Jahr. Als verantwortungsvoller ICT-Anbieter stellen wir uns diesem Trend entgegen. Es gehört zu unserem Geschäftsmodell, unseren Kunden ein hohes Maß an Sicherheit zu gewähren und die Daten und Infrastrukturen unserer Nutzer konsequent vor unerlaubtem Zugriff zu schützen.

MANAGEMENTANSATZ

Es ist uns ein zentrales Anliegen, unsere Kunden vor Gefahren aus dem Netz zu schützen, sie zu warnen und ihnen zu helfen, wenn sie Opfer von Cyberangriffen wurden. Im Geschäftsfeld „Cyber Security“ bündeln wir unsere Kompetenzen und schaffen so die nötigen Kapazitäten, um Cyberangriffe nicht nur frühzeitig zu erkennen, sondern auch schnell Gegenmaßnahmen einleiten zu können. Zudem entwickeln wir laufend neue Verfahren zur Abwehr von Angriffen. Dazu haben wir im April 2014 ein eigenes Cyber Defense Centereingerichtet, in dem wir Verhaltensmuster im Netz analysieren und Verteidigungsstrategien erarbeiten.

Kooperationen im Dienste der Sicherheit

Cyber Security ist eine gemeinschaftliche Aufgabe. Weltweit arbeiten wir mit Forschungseinrichtungen, Industriepartnern, öffentlichen Institutionen und anderen Internet-Dienstleistern zusammen, um der Cyberkriminalität entgegenzutreten und die Internetsicherheit zu verbessern. Beispielsweise tauschen wir uns regelmäßig mit Anti-Virus-Anbietern über neue Schadprogramme aus. In unserer Geschäftskundensparte haben wir eine Partnerschaft mit dem kalifornischen Cybersecurity-Spezialisten FireEye geschlossen. Gemeinsam bieten wir Unternehmenskunden in Europa einen ganzheitlichen Service, um Unternehmen schnell und wirkungsvoll vor IT-Spionage und Cyberattacken zu schützen.

Mit dem Ziel, die Zusammenarbeit in der digitalen Gefahrenabwehr weiter zu verbessern, veranstalten wir zusammen mit der Münchner Sicherheitskonferenz außerdem regelmäßig den Cyber Security Summit. Das dritte dieser Gipfeltreffen zwischen hochrangigen Politikern und Wirtschaftsvertretern fand im November 2014 in unserer Konzernzentrale in Bonn statt.

ERÖFFNUNG DES CYBER DEFENSE CENTER

Im Fokus der Cyberkriminalität stehen Angriffe auf wertvolle Patente, Technologie und anderes Firmen-Know-how. Der von den Angreifern verursachte Schaden ist häufig schwer abzuschätzen. Mit unserem am 16. April 2014 in Bonn eröffneten neuen Cyber Defense Center, bündeln wir unsere Expertise und können so mögliche Cyberangriffe noch früher erkennen, abwehren und verfolgen. Die Erkenntnisse aus dem Cyber Defense Center nutzen wir nicht nur zum Schutz unserer eigenen Infrastruktur, sondern auch, um IT-Sicherheitslösungen für unsere Kunden zu entwickeln.

Herzstück des Zentrums ist ein System zur Analyse von Angriffen. Mit ihm verfolgen wir eine fokussierte Abwehrstrategie: Sie setzt weniger auf breit gestreute Prävention als vielmehr auf die gezielte Analyse von Verhaltensmustern, die auf Cyberangriffe hinweisen. So können wir die zu prüfenden Datenmengen erheblich reduzieren und schneller zu Gegenmaßnahmen übergehen. Ferner nutzen wir zur Analyse ein intelligentes Frühwarnsystem, das Schwachstellen an unterschiedlichen Geräten, die mit dem Internet verbunden sind, fingiert. Mit diesen sogenannten Honigtöpfen werden Attacken provoziert, deren Ursprung sichtbar gemacht und die Art des Angriffs dokumentiert. Derzeit betreibt die Telekom 180 dieser Honigtöpfe. Mit ihnen registrierten wir 2014 täglich mehr als eine Million Angriffe. 2012 lag die Zahl noch bei 300.000. Tagesaktuelle Zahlen hierzu sowie weitere statistische Auswertungen veröffentlichen wir auf http://www.sicherheitstacho.eu.

Das neue Zemtrum ist hervorgegangen aus unserem Telekom Cyber Emergency Response Team (CERT), das international das Management von Sicherheitsvorfällen für alle Informations- und Netzwerktechnologien der Telekom verantwortet.

Mit der Gründung des Cyber Defense Center bauen wir unsere eigene Expertise in der Cyber Security kontinuierlich aus. Hierzu haben wir für unsere eigenen Mitarbeiter ein Weiterbildungsprogramm zum „Cyber Security Professional“ geschaffen, das von der IHK Köln zertifiziert wurde.

GEMEINSAM GEGEN BEDROHUNGEN AUS DEM CYBERRAUM

Am 3. November 2014 richteten die Münchner Sicherheitskonferenz und die Deutsche Telekom zum dritten Mal ihren gemeinsamen Cyber Security Summit (CSS) aus. Zu dem Treffen, das wie in den Jahren zuvor in unserer Konzernzentrale in Bonn stattfand, erschienen rund 180 Experten und Entscheider, um über die digitale Verteidigung in einer zunehmend vernetzten Welt zu diskutieren. Neben Vertretern der Bundesregierung, der EU, der NATO und der US-Regierung beteiligten sich zahlreiche Top-Manager international führender Unternehmen an den Diskussionen.

Der CSS bot Führungspersönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik Gelegenheit zum persönlichen Austausch über künftige Bedrohungen aus dem Cyberraum sowie die Weiterentwicklung der zu ihrer Abwehr nötigen Sicherheitsstrategien. Im Fokus standen die Themen: Schutz kritischer Infrastrukturen, Spannungsfeld zwischen Datenschutz und Datensicherheit sowie Aufklärungsbedarf und Vorbeugung. Außerdem wurde der CSS genutzt, um erneut Impulse für eine vernetzte digitale Gefahrenabwehr zu setzen.

Cyber Security Summit for Kids
Erstmals veranstalteten wir im Anschluss an den CSS am 4. November 2014 auch ein Spitzentreffen speziell für Kinder. Die Veranstaltung hatte das Ziel, die teilnehmenden Kinder für den Umgang mit moderner Kommunikationstechnologie fit zu machen.

MOBILFUNK UND GESUNDHEIT (EMF)

Elektromagnetische Felder (EMF) sind ein wesentlicher Baustein unserer vernetzten Welt - auch wenn wir sie nicht direkt wahrnehmen können. Ihre gesundheitlichen Auswirkungen werden immer wieder diskutiert. Für ihre Verwendung im Mobilfunk ist es von grundlegender Bedeutung, sicherzustellen, dass von ihnen keine Belastung für Mensch oder Umwelt einhergeht.

Die Wirkung elektromagnetischer Felder wurde in den letzten Jahrzehnten durch zahlreiche wissenschaftliche Studien gründlich erforscht. Die Weltgesundheitsorganisation (WHO) bewertet die Ergebnisse der wissenschaftlichen Forschung und gab zuletzt im Oktober 2014 hierzu eine Stellungnahme ab. Darin kommt sie zum Schluss, dass die geltenden Grenzwerte für elektromagnetische Felder die sichere Nutzung des Mobilfunks gewährleisten, aber weiterer Forschungsbedarf besteht. Die Telekom hat sich zu einer aktiven Auseinandersetzung mit den wissenschaftlichen Forschung zu Mobilfunk und Gesundheit verpflichtet und informiert auf der Konzernwebsite ausführlich über den aktuellen Stand der Technik und der wissenschaftlichen Risikobewertung durch Expertengremien.

MANAGEMENTANSATZ

Unser Ziel ist es, unsere Mobilfunk-Infrastruktur und unsere neuen Produkte sowie die zugrunde liegenden Prozesse so ressourceneffizient, umwelt- und gesundheitsverträglich wie möglich zu gestalten und weiterzuentwickeln. In Deutschland liefern hierfür insbesondere die freiwillige Selbstverpflichtungder Mobilfunk-Betreiber sowie die Verbändevereinbarung mit den kommunalen Spitzenverbänden den Rahmen. Die Umsetzung der freiwilligen Selbstverpflichtung wird alle zwei Jahre überprüft. Im Mai 2014 übergab das Informationszentrum Mobilfunk e.V. der deutschen Bundesregierung hierzu ein umfassendes Gutachten.

Eine übergeordnete Rolle spielt unsere 2004 verabschiedete, konzernweit gültige EMF-Policy. Diese beinhaltet einheitliche Mindestanforderungen für den Bereich Mobilfunk und Gesundheit, die weit über die jeweiligen nationalen gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. Mit ihr geben wir unseren Landesgesellschaften einen verbindlichen Rahmen vor, um einen konzernweit einheitlichen, verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema „Mobilfunk und Gesundheit“ sicherzustellen. Sämtliche Landesgesellschaften haben die EMF-Policy formell anerkannt und die geforderten Maßnahmen weitestgehend umgesetzt.

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

- **Transparenz:** Wir setzen uns für Offenheit in allen Belangen des Mobilfunks ein. Sämtliche relevanten Informationen über unsere Mobilfunk-Anlagen in Deutschland sind öffentlich zugänglich, beispielsweise über die EMF-Datenbanken der Bundesnetzagentur.
- **Information**: Wir stellen verständliche Verbraucherinformationen bereit und betreiben eine sachliche und fundierte Informationspolitik. Auf der Konzernwebsite bieten wir Interessierten aktuelle Informationen an. Außerdem klären wir unsere Kunden in den Produktinformationen über die SAR-Werteder Geräte auf. Informationen hierzu sind außerdem in vielen unseren Shops, über unsere kostenlose Umwelthotline oder per E-Mail erhältlich.
- **Partizipation**: Beim Netzausbau setzen wir auf enge Zusammenarbeit und einen konstruktiven Dialog mit allen Beteiligten, z.B. Kommunen. Es ist unser Ziel, einvernehmliche Lösungen zu finden und tragfähige Kompromisse auszuhandeln. Wichtige Voraussetzungen hierfür sind ein fairer Umgang mit kritischen Argumenten und die Bereitschaft, aus Fehlern zu lernen.
- **Wissenschaftsförderung & Partnerschaft**: Unsere Leitlinien verlangen zielgerichtete Forschungsförderung, fachliche Exzellenz, Transparenz, Objektivität und Verständlichkeit.

Die Umsetzung der EMF-Policy wird quartalsweise evaluiert. Die Ergebnisse nutzen wir, um einzelne Aspekte zu verbessern und gemeinsam in verschiedenen Arbeitsgruppen wie dem „EMF Core Team“ oder der „EMF Technical Working Group“ Lösungen zu erarbeiten.

EVALUATION UND UMSETZUNG DER EMF POLICY

Wir verfolgen das Ziel, die EMF-Policy konzernweit lückenlos umzusetzen. Hierbei unterstützen wir die Landesgesellschaften mit spezifischen Arbeitsinstrumenten. Beispielsweise formulierten wir einheitliche Grundsätze für Forschungsförderung und veröffentlichten diese im November 2014 auf der Telekom Website. Die Landesgesellschaften werden diese für ihre Förderprogramme nutzen. Darüber hinaus setzen wir bewusst auf die Eigeninitiative der Landesgesellschaften und ermutigen sie, auch wenn sie die EMF-Policy bereits vollständig implementiert haben, ihre Maßnahmen stetig weiter zu verbessern. Hierbei spielt der Dialog zwischen den Telekom-Landesgesellschaften und anderen Netzbetreibern sowie Verbrauchern, Politikern und der Wissenschaft eine zentrale Rolle.

Regelmäßige Monitorings zeigen uns, dass in allen Handlungsfeldern an der Umsetzung der EMF-Policy gearbeitet wird. Zugleich optimieren wir bestehende landesspezifische Maßnahmen weiter:

- T-Mobile Austria setzt sich für die Verbesserung der Transparenz im Bereich der EMF ein. So unterstützt die österreichische Landesgesellschaft das Forum Mobilkommunikation bei der Erstellung von Unterrichtsmaterial für Schulen.

- Mit dem Ziel, unseren Kunden in den Telekom Shops vermehrt Informationen über Mobilfunk und Gesundheit bereitstellen zu können, haben wir 2014 in Deutschland rund 5 700 Mitarbeiter zu den Themen Verbraucherschutz/SAR-Werte online geschult.

- In Deutschland unterstützen wir außerdem den Informationszentrum Mobilfunk e.V. (IZMF), um die Bevölkerung und Stakeholder über EMF zu informieren. Im Berichtszeitraum bot das IZMF e.V. unter anderem eine zertifizierte Online-Fortbildung für Ärzte an. Ihr Thema lautete „Mobilfunk aus Sicht von Arzt und Patient“.

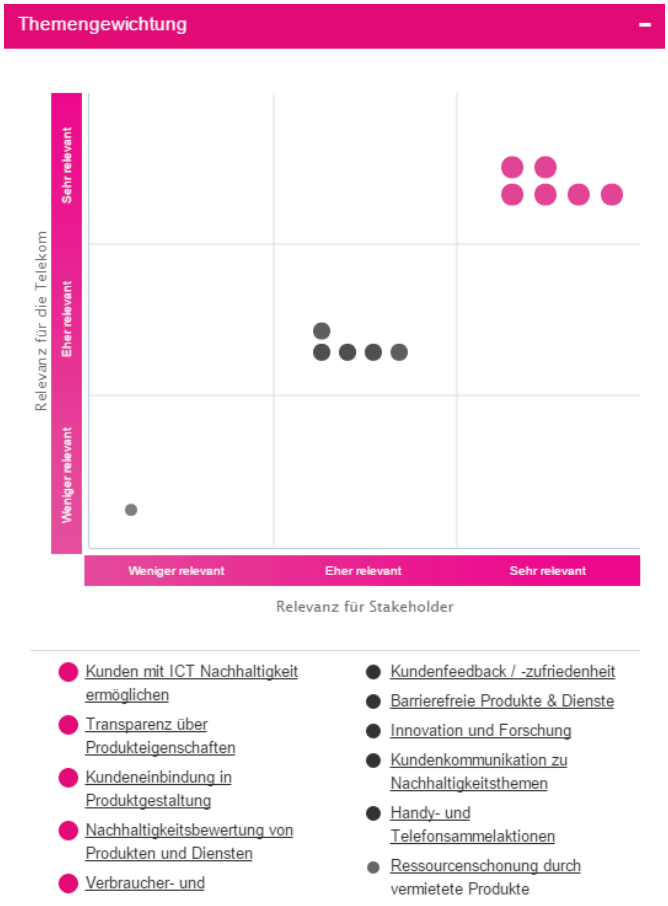
- Bei Cosmote Griechenland wurden im Berichtszeitraum erstmals Informationen über SAR-Werte in den Shops zur Verfügung gestellt.

KUNDEN

Mehr als 30 Partnerunternehmen für die Smart-Home Plattform QIVICON.

Mobiles Internet ist heute unser ständiger Begleiter. Informations- und Telekommunikationstechnologien können das Leben auf vielerlei Weise effizienter, komfortabler und nachhaltiger gestalten. Der Auftrag der Telekom besteht darin, möglichst vielen Menschen diese Vorteile zu bieten und sie gleichzeitig vor Gefahren aus dem Netz zu schützen.

Wir legen großen Wert darauf, unsere Stakeholder in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für sie und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):



NACHHALTIGE PRODUKTE & DIENSTE

Der technologische Fortschritt bietet neue Möglichkeiten um Herausforderungen wie Klimawandel, Ressourcenknappheit oder eine flächendeckende Sicherstellung der Gesundheitsversorgung zu bewältigen. Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) spielt hierbei eine Schlüsselrolle: Unsere Produkte und Dienste ermöglichen unseren Kunden unter anderem einen klimaschonenden Konsumund zeigen neue Wege in der Gesundheitsversorgungauf.

MANAGEMENTANSATZ (NACHHALTIGE PRODUKTE)

ICT hilft Industrie, Dienstleistern und Verbrauchern nachhaltiger zu werden und birgt damit enormes Marktpotenzial. Ein Beispiel: Laut Smarter2020 Studiekönnen durch gezielten Einsatz von ICT im Jahr 2020 16,5 Prozent aller Treibhausgasemissionen weltweit vermieden werden. Nachhaltigkeit bedeutet aber nicht nur Klimaschutz. Es gilt, unter anderem auch den Ressourcenverbrauch zu reduzieren, die Stromversorgungsnetze zu stabilisieren, Arbeitsabläufe zu vereinfachen oder medizinische Versorgung weiter zu verbessern. Bei all diesen Aufgaben leistet ICT einen wichtigen Beitrag.

Wir wollen die vielfältigen Nachhaltigkeitspotenziale der ICT systematisch nutzen. Dazu fokussieren wir uns unter anderem auf die Wachstumsfelder Smart Energy, Connected Carund e-health. Zusätzlich haben wir 2014 ein eigenes Analyseinstrument entwickelt, mit dem wir die Nachhaltigkeitsbeiträge und ökonomischen Chancen ausgewählter Produkte fortlaufend untersuchen wollen.

Das Management nachhaltiger Produkte erfordert darüber hinaus konsequente Maßnahmen in allen Stufen der Wertschöpfungskette. Deshalb haben wir bereits im Einkauf umfangreiche Prozesse etabliert, um die Einhaltung von Nachhaltigkeitskriterien sicherzustellen. Bei der Entwicklung neuer Produkte legen wir mit unseren Design PrinciplesNachhaltigkeitskriterien zugrunde. Außerdem verwenden wir anerkannte Umweltzeichenwie den Blauen Engel oder das TUEV-Umweltzeichen „Certified Green Product“. Sie zeigen uns mit ihren Anforderungen, wie wir unsere Produkte weiter optimieren können und helfen uns, unsere Kunden über Nachhaltigkeitsvorteile zu informieren. An sie richten wir uns unter anderem auch mit vielfältigen Maßnahmen und Angeboten, um eine Wiederverwendung oder fachgerechte Entsorgung unserer Produkte am Ende ihres Lebenszyklus zu gewährleisten.

GESCHÄFTSPOTENZIALE DURCH NACHHALTIGKEIT

Um die wirtschaftlichen Chancen nachhaltiger Produkte systematisch zu nutzen und ein Portfolio nachhaltiger Produkte zu etablieren, haben wir 2014 in einem Pilotprojekt 68 potenziell nachhaltige Produkte und Lösungen aus unserem Portfolio identifiziert. Unter ihnen wählten wir Dynamic Workplace, Connected Car und Smart Metering als Pilotprodukte aus, um sie im Detail auf ihren Nachhaltigkeitsbeitrag und die daraus abgeleiteten Geschäftspotenziale zu untersuchen. Wir haben dabei Vorteile im Hinblick auf alle drei Säulen der Nachhaltigkeit identifiziert: ökologische, soziale und ökonomische. Beispielsweise konnten wir berechnen, dass Dynamic Workplace – ein Cloud-basiertes Angebot für Geschäftskunden – einem Unternehmen mit 35.000 Beschäftigten ermöglicht, pro Jahr über 16.000 Tonnen CO_2 einzusparen und seine Kosten um mehr als 15 Millionen Euro zu senken. So können dessen Mitarbeiter mit Dynamic Workplace künftig standortunabhängig außerhalb ihrer Büros arbeiten. Unter anderem stehen damit ca. zwei Millionen Stunden bisheriger Fahrtzeit für produktivere oder angenehmere Tätigkeiten zur Verfügung. Weitere Vorteile und Details finden Sie in der untenstehenden Grafik. Dieses Beispiel zeigt, welche Rolle Nachhaltigkeitskriterien bei der Positionierung gegenüber dem Wettbewerb spielen können. Wir wollen diese deshalb bei der Vermarktung der Produkte systematischer herausstellen. Im nächsten Schritt werden wir weitere Produkte auf diese Weise überprüfen.



INNOVATIONEN AUS DEN WACHSTUMSFELDERN

Durch die Entwicklung intelligenter Lösungen in den Bereichen Smart Energy, Connected Car und e-health hat die Telekom in den letzten Jahren neue, wachstumsstarke Geschäftsfelder erschlossen. Darüber hinaus entwickeln wir weitere Produkte mit nachhaltigem Nutzen vor allem im Cloud Computingund in der sogenannten „Machine2Machine Kommunikation".

Mit diesen Schwerpunktsetzungen tragen wir auf unterschiedliche Weise zu mehr Effizienz und Komfort sowie zu einer Senkung von Umweltbelastungen und der CO_2-Emissionen unserer Kunden bei. Zugleich positionieren wir uns damit als moderner Technologiekonzern, der zukünftige Entwicklungen vorwegnimmt und mitprägt. Deshalb investieren wir in umfassende Forschungs- und Entwicklungsarbeit – insbesondere in unserer zentralen Forschungseinrichtung, den T-Labs. In 2014 investierten wir im gesamten Konzern 95,6 Millionen € in Forschung und Entwicklung. Zusätzlich engagieren wir uns bei der Finanzierung von Lehrstühlen und kooperieren mit Universitäten bei der Entwicklung zukunftsweisender Ideen.



SMART ENERGY

Eine künftig klimaschonende Energieversorgung erfordert die intelligente Messung und Steuerung der Energieflüsse: Zum einen gilt es, den Verbrauchern transparent zu machen, wann und wo sie wieviel Energie verbrauchen, um gezielte Sparanreize zu setzen. „Intelligente" Zähler, sogenannte Smart Meter, schaffen hierfür die Voraussetzungen. Im Rahmen unseres Pilotprojekts zur Identifikation von Geschäftspotenzialen durch Nachhaltigkeit haben wir auch Smart Metering im Detail auf seine Nachhaltigkeitsvorteile untersucht, um diese bei seiner Vermarktung herauszustellen. Nach unseren Berechnungen können Haushalte durch den Einsatz von intelligenten Zählern ihren Stromverbrauch um bis zu 8 Prozent reduzieren. Durch einen Einbau von Smart Metern in 7,8 Millionen Haushalten in Deutschland würden so bis 2020 maximal 1,2 Millionen Tonnen CO_2 eingespart.

Zum anderen müssen die natürlichen Schwankungen im Angebot von Wind- und Sonnenenergie ausgeglichen werden, um die Netze zu entlasten und Stromausfälle zu vermeiden. Hierzu bedarf es eines „intelligenten" Stromnetzes (Smart Grid), in dem Energiespeicher oder dezentrale Blockheizkraftwerke durch ICT flexibel geregelt werden. Eine Steuerung der Nachfrage bei Millionen von Letztverbrauchern, zum Beispiel durch bedarfsgerechtes An- und Abschalten der Geräte, kann ebenfalls helfen, die Netze zu stabilisieren. Smart Meter unterstützen die Versorger hierbei mit Echtzeitdaten über den Verbrauch und die Erzeugung von Strom in Haushalten und Unternehmen.

Ein Einsatz der „intelligenten Zähler" wird damit für die Neugestaltung der Energiemärkte zu einer zentralen Voraussetzung. Die deutsche Bundesregierung bereitet deren Einführung vor. Bis 2029 sollen acht Millionen ans ICT-Netz angeschlossene intelligente Messsysteme installiert werden sowie weitere 40 Millionen anschlussfähige Zähler bis 2032, was Smart Metering für uns zu einem Geschäftsfeld mit hohem Entwicklungspotenzial macht.

Zugleich sind wir uns unserer Verantwortung für den Schutz der Daten unserer Kunden bewusst. Die Deutsche Telekom erfüllt die Anforderungen des Bundesdatenschutzgesetzes. Dazu gehört unter anderem, nur die wirklich notwendigen Daten zu erheben und zu übermitteln. Benötigt ein Verteilnetzbetreiber die Daten zum Netz- oder Lastmanagement, reichen auch anonymisierte Daten aus. Die Telekom überträgt zudem die Daten verschlüsselt in einer Public-Key-Infrastruktur entsprechend den Vorgaben des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI). Mit unserem Dienst für die Gateway-Administration stellen wir sicher, dass nur die aufgrund ihrer Marktrolle berechtigten Akteure die Daten erhalten.

Energietransparenz und -effizienz für Geschäftskunden
Auch für Unternehmen bietet die Telekom Lösungen zur Senkung ihres Energieverbrauchs. Im Gebäudemanagement hilft eine Visualisierung des Energieverbrauchs, Einsparpotenziale zu identifizieren und umzusetzen. Die Darstellung wird durch eine Verbrauchserfassung mit intelligenten Zählern ermöglicht und durch geeignete Kennzahlen, beispielsweise „Stromverbrauch pro Fläche“ und einen Leistungsvergleich verschiedener Standorte ergänzt. Das Einsparpotenzial liegt erfahrungsgemäß bei rund 15 Prozent.

QIVICON – LEBEN IM SMART HOME

Ein Smart Home kann seinen Bewohnern auf vielerlei Weise das Leben leichter machen: Es ermöglicht dem Nutzer, eine Vielzahl an Geräten und Funktionen der Haus- und Sicherheitstechnik bis hin zur Unterhaltungselektronik bequem zu steuern und zu überwachen. Die Herausforderung hierbei: Kauft ein Nutzer eine Smart Home-Lösung eines Anbieters, kann er bislang nur deren Funktionen und Geräte nutzen, nicht jedoch die von anderen Herstellern. Deshalb hat die Telekom zusammen mit führenden Unternehmen die offene, herstellerübergreifende Smart Home-Plattform QIVICON entwickelt, auf der jedes Unternehmen, egal welcher Branche und Größe, ob Energieversorger oder Hersteller von Haushaltstechnik, eigene Lösungen anbieten kann. Damit haben die Verbraucher die Möglichkeit, die verschiedenen Angebote individuell zu kombinieren. Mehr als 30 Partnerunternehmen und Marken beteiligen sich bereits an der Plattform. Aus dem Bereich Energie sind zum Beispiel Produktangebote von EnBW, Vattenfall, RheinEnergie und der Telekom für Endkunden verfügbar. Durch Lösungen wie intelligente Heizkörperthermostate können Nutzer bis zu 30 Prozent Energie einsparen. Darüber hinaus gibt es weitere Partnerangebote zu den Themen Sicherheit sowie Komfort und ein stetig wachsendes Spektrum an QIVCION basierten Angeboten und Geräten.

Um den Standardisierungsprozess im Bereich Smart Home zu beschleunigen, sind wir 2014 der internationalen OpenSource-Gemeinschaft Eclipse Foundationbeigetreten, einer Vereinigung zur Entwicklung frei zugänglicher, sogenannter Open-Source Software. Damit werden wir unsere Plattform für Entwickler und Start-ups öffnen, um unseren Nutzern zukünftig eine noch größere Angebotsvielfalt bieten zu können. Außerdem werden wir die offene und herstellerübergreifende Plattform auch international anbieten.

Der offene, nicht an einzelne Hersteller gebundene Ansatz von QIVICON wurde im Berichtszeitraum von der internationalen Unternehmensberatung Frost & Sullivan honoriert. Diese zeichnete QIVICON als die innovativste Smart Home-Lösung mit dem European Visionary Innovation Leadership Award 2014 aus.

Die Leser des Computermagazins Chip vergaben 2014 die Note „gut“ an QIVICON. Sie würdigten damit unter anderem, dass die Plattform sich mühelos installieren lässt. So kann der Nutzer von jedem internetfähigen Computer, Smartphone oder Tablet alle angeschlossenen Geräte über entsprechende Apps der Partner individuell oder automatisch steuern, überwachen und kombinieren. Zur Ressourcenschonung tragen QIVICON basierte Partner Angebote unter anderem durch eine Funktion bei, die beispielsweise die Heizung automatisch herunterregelt, sobald ein Fenster oder eine Tür geöffnet wird.

Daten in sicheren Händen.
Die gesamte Kommunikation der QIVICON Home Base, die über das Internet mit Servern verbunden ist, ist verschlüsselt. Alle auf QIVICON bezogenen Nutzerdaten werden ausschließlich auf Servern der Deutschen Telekom in Deutschlandgespeichert. Sämtliche Geräte der Marken, die über QIVICON gesteuert werden, verwenden bei der von ihnen genutzten Funktechnologie die neuesten Sicherheitsfunktionen. Die Datensicherheit wurde im Berichtszeitraum durch einen unabhängigen IT-Sicherheitstest der AV-Test GmbH bestätigt. Diese stufte QIVICON als „sicher“ ein und attestierte der verwendeten Verschlüsselungstechnologie einen wirksamen Schutz gegen nicht-autorisierten Zugriff.

MACHINE2MACHINE-COMMUNICATION UND CONNECTED CAR: LÖSUNGEN FÜR MEHR EFFIZIENZ

„Machine2Machine Communication“ und „Vernetztes Fahrzeug“ sind wichtige Wachstumsfelder der Telekom. Durch eine digitale Vernetzung von Maschinen können wir unseren Kunden vielfältige Vorteile bieten: Die Arbeitsprozesse ihrer Geräte und Fahrzeuge oder ganzer Industrieanlagen werden zeitnah aufeinander abgestimmt. Dies erhöht die industrielle Produktivität, macht Transporte (ziel-)sicherer und hilft, Energie zu sparen sowie Ressourcen zu schonen.

Mit unserem Engagement in der Machine2Machine- (M2M-) Kommunikation unterstützen wir die Initiative „Industrie 4.0“ der deutschen Bundesregierung. Ziel ist der Erhalt der Wettbewerbsfähigkeit des Technologiestandorts Deutschland. Zugleich engagieren wir uns international für mehr Effizienz durch Vernetzung, so zum Beispiel in dem M2M-Projekt Smart Wine.

Bei dem Projekt Smart Wine handelt es sich um eine Kooperation unserer Landesgesellschaft EJR Mazedonien mit der Ss Cyril & Methodius University in Skopje zur Optimierung der Prozesse im Weinbau. Technische Basis ist ein sensorgestütztes System, das die Entwicklung der Trauben überwacht und alle Produktionsprozesse steuert. Es hilft dem Winzer, Energie, Wasser und Chemikalien zu sparen. Darüber hinaus informiert das System über Erkrankungen der Pflanzen, Witterungsprobleme und den optimalen Erntezeitpunkt. Das Produkt ist inzwischen auf dem Markt erhältlich. Mit relativ geringem Aufwand lässt es sich auch auf andere landwirtschaftliche Produktionszweige übertragen.

Machine2Machine-Lösungen für effizientere Transporte: Beispiele Große Potenziale bietet die M2M-Kommunikation im Bereich der Logistik. Im Rahmen unseres Konzerngeschäftsfelds „Vernetztes Fahrzeug“ entwickeln wir passgenaue Lösungen, um diese zu erschließen. So realisierten wir mit dem Logistikunternehmen DB Schenker 2014 eine Anwendung für ein effizienteres Fuhrpark-Management, mit dem die Fahrer über ein Ampelsystem in Echtzeit Hinweise zur Optimierung ihrer Fahrweise erhalten. 2015 werden wir außerdem das Pilotprojekt „Smart Port Logistics“ für den Hamburger Hafen fortsetzen und zunehmend in den kommerziellen Betrieb überführen. Ziel ist es, den Verkehrsfluss der LKW Transporte im Hamburger Hafen und seiner Umgebung zu verbessern. Hierzu wird anhand zahlreicher Daten die jeweils aktuelle Verkehrslage analysiert und eine kurzfristige Prognose erstellt. Sie dient dazu, die Verkehrsteilnehmer zum Beispiel über Wartezeiten oder alternative Routen zu informieren.

Zudem schlossen wir Ende 2014 mit dem weltgrößten Mobilfunkanbieter China Mobile einen Vertrag zur Gründung eines Joint Ventures. Beide Partner halten jeweils 50 Prozent der Unternehmensanteile. Das Joint Venture wird die Plattformtechnologie sowie einige Dienste aus unserem Geschäftsfeld „Vernetztes Fahrzeug“ nutzen, um ab 2015 innovative Lösungen für den chinesischen Markt anzubieten. Diese sollen den Kunden unter anderem eine bessere Wegeplanung und eine kraftstoffsparende Fahrweise ermöglichen.

BIG DATA AWARD FÜR UMWELTFREUNDLICHES TRUCKMANAGEMENT

Mit dem Logistikunternehmen DB Schenker realisierten wir 2014 eine Lösung für ein effizienteres Fuhrpark-Management. Sie wurde im September 2014 im Big Data Award der Zeitschrift Computerwoche mit dem zweiten Platz prämiert. Per Mobilfunk und GPS verfolgt die Anwendung alle Bewegungen der Fahrzeuge und analysiert deren Energie- und Ressourcenverbrauch. Die Fahrer erhalten über ein Ampel-System in Echtzeit Hinweise zur Optimierung ihrer Fahrweise.

Zusätzlich kann das System auf besondere Anforderung hin die CO_2-Emissionen für jedes Frachtstück gesondert ermitteln. Die Auftraggeber erhalten so Informationen zur CO_2-Bilanz ihrer Lieferkette und können diese für gezielte Reduktionsmaßnahmen und zur Kommunikation nutzen.

E-HEALTH

Durch die Vernetzung von Dienstleistungen können im Gesundheitsbereich zahlreiche Verbesserungen erzielt werden. Vielen Menschen mit Einschränkungen ermöglicht sie, ein selbstbestimmtes Leben zu führen. Telemedizinische Assistenzsysteme tragen nicht nur dazu bei, Kosten zu senken, sondern bieten auch Patienten, Angehörigen und medizinischem Personal ein breites Spektrum an Arbeitserleichterungen beziehungsweise Hilfen bei der Alltagsgestaltung. Eine Studie zur digitalen mobilen Visite, die wir gemeinsam mit der Berliner Charité im Mai 2014 veröffentlichten, belegt: Der Arzt benötigt weniger Zeit für die Befundrecherche, dafür bleibt ihm mehr Zeit für den Austausch mit dem Patient und den Kollegen. Auch die Hygieneanforderungen werden durch die eingesetzten Tablets erfüllt. Dem Routineeinsatz des Systems steht damit nichts mehr im Wege.

Modellprojekt zur flächendeckenden Gesundheitsversorgung

Ein Beispiel für unsere Arbeit in diesem Bereich ist unsere Kooperation mit der Carus Consilium Sachsen GmbH, einer Tochter des Universitätsklinikums Dresden. Gemeinsam bauen wir in Ostsachsen eine offene, barrierefreie und interdisziplinäre IT-Plattform für die medizinische Versorgung der Bevölkerung auf. Das Modellprojekt trägt den Namen „Telehealth Ostsachsen“ und soll dazu beitragen, auch in ländlichen Regionen eine umfassende und wohnortnahe medizinische Versorgung der Patienten in ihrem vertrauten Wohnumfeld sicherzustellen. Im Mittelpunkt des Projekts steht ein virtueller Runder Tisch, an dem Patienten, Ärzte, Kassen, Kliniken und andere medizinische Dienstleister interdisziplinär, online zusammenarbeiten können. Zu diesem Zweck stellen wir eine spezielle, standardisierte Software und sichere Daten-übertragungswege zur Verfügung. Eine Basisversion der Plattform bestand Ende 2014 erste interne Tests; ab Juli 2015 sollen drei Beispielanwendungen zur Herzinsuffizienz, zur Schlaganfall-Nachsorge sowie zu Gewebeuntersuchungen online gehen.

Mit seinem flächendeckenden, alle Partner einbeziehenden Ansatz hat das Projekt selbst im europäischen Maßstab Modellcharakter. Es zeigt, wie eine ganzheitliche und dauerhafte telemedizinische Unterstützung der Gesundheitsversorgung künftig auch überregional erfolgreich sein kann. Die EU und der Freistaat Sachsen unterstützen das Projekt unter anderem deshalb mit knapp zehn Millionen Euro.

NACHHALTIGE ICT-LÖSUNGEN

Mit einem wachsenden Angebot an nachhaltigen Produkten und innovativen ICT-Lösungen unterstützt die Deutsche Telekom Millionen von Privat- und Geschäftskunden dabei, ihren Energieverbrauch zu senken und CO_2-Emissionen zu vermeiden. Seit mehreren Jahren bieten wir beispielsweise Dienste zur Dematerialisierung von Geschäftsabläufen wie RechnungOnline, die Digitalisierung von Arbeitsabläufen oder Cloud Computing an. Dies zahlt auf unser CR-Handlungsfeld „Klimafreundliche Gesellschaft“ ein. Gleichzeitig ist es unser Ziel, möglichst vielen Menschen die Chance zu geben, an der Informationsgesellschaft teilzuhaben und die damit verbundenen Möglichkeiten zu nutzen. Menschen mit altersbedingten und körperlichen Einschränkungen beispielsweise erleichtern wir den Umgang mit modernen Kommunikationsmitteln. Wir entwickeln hierzu Produkte und Dienste, die ihren Bedürfnissen entsprechen, und arbeiten kontinuierlich daran, die Nutzerfreundlichkeit weiter zu erhöhen. Zusätzlich bietet die Telekom konzernweit verschiedene Sozialtarife an, die einkommensschwachen Kunden und Menschen mit Behinderungen ermöglichen, zu günstigen Konditionen zu telefonieren und zu surfen.

NACHHALTIGKEITSVORTEILE DURCH CLOUD COMPUTING

Cloud Computing ist häufig ressourcen- und energieeffizienter als der Betrieb von ICT-Prozessen außerhalb der „Wolke“. In unseren Rechenzentren wird für Computerprogramme und andere IT-Prozesse aufgrund der besseren Auslastung wesentlich weniger Hardware und Energie benötigt. Dank der Auslagerung in die Cloud kann der Kunde auf eigene Server und Speichermedien verzichten; seine ICT-Prozesse werden nahtlos in die Cloud übertragen. Hierzu führen wir vorab mit dem sogenannten Cloud Maturity Check, eine ganzheitliche Cloud-Standortbestimmung der Business und IT Prozesse nach der Open Data Center Alliance (ODCA)Maturity Methode durch. Somit helfen wir dem Kunden seine Cloud Strategie richtig zu aufzusetzen bzw. zu festigen.

Durch die Auslagerung, sowie durch eine hochgradige Standardisierung im Rechenzentrum sinkt der Energieverbrauch um bis zu 80 Prozent. Deshalb arbeiten wir an einer ständigen Verbesserung der Effizienz unserer Rechenzentren.

Nachhaltige Lösungen aus der Cloud

Mit dem Produkt „Cloud Integration Center“ (ehemals: „Enterprise Marketplace“) bieten wir seit 2014 speziell für Großunternehmen standardisierte Cloud-Lösungen an. Die Unternehmen können von dort je nach Bedarf Cloud-Services beziehen. Ihre Anwendungen, Server sowie andere Infrastruktur werden dabei in unseren Rechenzentren betrieben. Außerdem unterstützt das Cloud Integration Center Lösungen, bei denen Anwendungen von externen, unabhängigen Software-Herstellern über die Telekom-Cloud zur Verfügung gestellt werden (Shared Software as a Service – SaaS). Ein Beispiel hierfür ist eine Software zum Nachhaltigkeitsmanagement, die von T-Systems seit November 2013 gemeinsam mit dem Software-Haus WeSustain vermarktet wird und aus dem Cloud Integration Center bezogen werden kann. Darüber hinaus bietet T-Systems seit 2014 das Produkt „doculife®“ an, mit dem Unternehmen ihr Dokumentenmanagement vollständig in die Cloud verlagern können. Das Spektrum ihrer Dienste reicht von der Erfassung über die zentrale Verwaltung und sichere Archivierung bis zum direkten, webbasierten Zugriff. Neben der Energieersparnis gegenüber einer eigenen IT-Lösung kann durch die Digitalisierung der Papierverbrauch deutlich gesenkt werden.

Führungsposition als Cloud-Anbieter

2014 wurden wir für die Qualität unserer Cloud-Dienste geehrt: Die Experton Group stufte uns in ihrem „Cloud Vendor Benchmark“ in allen sechs bewerteten Kategorien als „Leader“ ein. Bestwerte erzielten wir bei den Cloud-Services für den Mittelstand, dem Cloud-Marktplatz „Business Marketplace“ und dem „Dynamic Workplace“. Bewertet wurden hierfür über hundert Anbieter von Cloud-Diensten in Produkttests, Expertengesprächen und Kundenreferenzen.

PRODUKTZERTIFIZIERUNGEN

Nachhaltige Produkte sind für uns ein wichtiger Faktor, um uns auf dem ICT-Markt zu profilieren. Dies betrifft neben Diensten und Infrastruktur auch die von uns gehandelten Telefone und Router. Von unseren Lieferanten verlangen wir deshalb die Einhaltung ökologischer und sozialer Anforderungen und prüfen deren Umsetzung. Gleichzeitig informieren wir unsere Kunden über Umweltaspekte, Herstellungsbedingungen, eine sichere, energiesparende und bedarfsgerechte Verwendung sowie ressourcenschonende Entsorgungswege am Ende des Produktlebens.

Alle unsere DECT-Telefone der Sinus-Serie tragen seit 2013 das renommierte Umweltzeichen Blauer Engel. Wir planen für 2015 weitere Produkte mit dieser Kennzeichnung zertifizieren zu lassen. Darüber hinaus setzen wir verstärkt auf das Umweltzeichen „TUEV Certified Green Product“. Dieses geht über die Kriterien des Blauen Engel hinaus, indem es unter anderem auch eine Überprüfung der Arbeitsbedingungen in Fertigungsbetrieben vorsieht. Erste Produkte wurden bereits danach zertifiziert, darunter das Speedphone 10 und der Router W 724V.

AUSSCHLUSS UMWELTKRITISCHER STOFFE

Gemeinsam mit dem Fraunhofer Institut für Zuverlässigkeit und Mikrointegration haben wir 2014 eine Studie zu schädlichen Stoffen in Mobiltelefonen durchgeführt: Es wurden Stoffe identifiziert, die zwar umweltschädlich, aber zurzeit nicht verboten sind. Über die gesetzlichen Normen hinaus haben wir eine Telekom-eigene Stoffverbotsliste definiert, um ein klares Zeichen zu setzen für die Reduktion von Stoffen in der Industrie, die für die Umwelt problematisch sind. Unsere Lieferanten sind aufgefordert, diese Stoffverbotsliste im Laufe des Jahres 2015 umzusetzen.

FAIRPHONE-STUDIE

Im Dezember 2013 brachte ein in Amsterdam neu gegründetes gemeinnütziges Unternehmen mit dem Fairphone ein viel diskutiertes Smartphone auf den Markt. Mit ihm sollen wesentliche soziale und ökologische Probleme in der Wertschöpfungskette der Geräte angegangen und „faire“ Produktionsbedingungen geschaffen werden. Um die Initiative zu unterstützen und dabei die Anforderungen verschiedener Stakeholder an ein möglichst faires und nachhaltiges Smartphone einzubeziehen, gaben wir gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH) eine Studie in Auftrag. Darin wurden Vertreter von 16 Experten-Organisationen, darunter Greenpeace und das Umweltbundesamt, über ihre fachliche Einschätzung zur Nachhaltigkeit des Fairphone 1.0 befragt. Untersucht wurden die Aspekte

- konfliktfreier Rohstoffbezug,
- intelligentes und nachhaltiges Design,
- faire Produktionsbedingungen,
- werthaltige Materialien beziehungsweise Recycling sowie
- Transparenz.

Im Juni 2014 stellte die DUH die Ergebnisse der Öffentlichkeit vor. Darin wird das Fairphone als transparente und richtungsweisende Initiative beurteilt. Zugleich wird eingeräumt, dass bei der Komplexität des Produktes hundertprozentige Fairness nicht sofort möglich ist. Auf den Beschaffungsmärkten müssten in größerem Maßstab fairere Strukturen geschaffen werden. Dies sei nur durch die Zusammenarbeit vieler Akteure aus Wirtschaft und Politik sowie Nicht-Regierungsorganisationen möglich.

MIETEN STATT KAUFEN

In der Nutzung unserer Produkte können unsere Kunden maßgeblich dazu beitragen, Ressourcen zu schonen, sowie Elektronik-Abfall und CO_2-Emissionen zu vermeiden: Hierzu setzen wir auf zwei Modelle: Mietservices für Routerund Media Receiver und Programme zur Handyrückgabe.

Wir wollen sicherstellen, dass nach dem Austausch von Routern und Media Receivern die Geräte nicht einfach in den Müll wandern. Deshalb setzen wir auf das Modell „Mieten statt kaufen“. Um Anreize für eine längere Nutzung der Geräte zu bieten, senken wir bei einer längeren Nutzungsdauer den monatlichen Mietpreis. Nach Ablauf der Mietfrist werden die Geräte zurückgegeben und entweder aufbereitet oder fachgerecht recycelt. Zusätzlich haben wir bei Media Receivern eine längere Mindestvertragslaufzeit eingeführt. So legen wir den Erstnutzern nahe, ihre Geräte länger zu behalten und damit das Warenaufkommen und den Ressourcenverbrauch zu verringern.

Wir bewerben unseren Mietservice aktiv und erfolgreich unter anderem in den Telekom Shops, im Internet und über Produktflyer. Das Angebot wurde von unseren Kunden sehr gut angenommen: Bis Ende 2014 ist die Anzahl der Nutzer des Mietservice auf rund 7,4 Millionen angestiegen – im Vergleich zu 6,5 Millionen im Vorjahr.

MASSNAHMEN ZUR HANDYRÜCKNAHME

Wir setzen uns durch vielfältige Aktivitäten dafür ein, dass ausrangierte Handys und Smartphones nicht in Schubladen oder Abstellkammern verschwinden, sondern recycelt oder neu aufbereitet und weiterverwendet werden. So haben wir verschiedene Abgabemöglichkeiten und Anreize geschaffen daran teilzunehmen.

Seit 2013 bieten wir unseren Kunden an, ihre gebrauchten hochwertigen Handys und Smartphones in den Telekom Shops gegen einen Gutschein einzutauschen. Im November 2014 haben wir darüber hinaus gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH) das Onlineportal Handysammelcentereingerichtet. Über das Portal können Firmen gebrauchte Handys und Smartphones kostenlos, fachgerecht und sicher entsorgen lassen. Die Unternehmen erhalten einen Entsorgungsnachweis über die eingesandten Handys. Des Weiteren ermöglicht das Portal Behörden, Vereinen und anderen Organisationen, eigene Sammelaktionen zu initiieren. Der gesamte Rücknahmeprozess, inklusive der Datenlöschung, wurde durch die DEKRA zertifiziert. Anschließend werden die Geräte wiederverwendet oder umweltschonend entsorgt. Die damit erzielten Erlöse werden an Natur- und Umweltschutzprojekte der DUH gespendet.

Im Schuljahr 2014/15 unterstützen wir darüber hinaus eine Rücknahmekampagne unter der Schirmherrschaft der saarländischen Ministerpräsidentin Annegret Kramp-Karrenbauer, an der sich rund 80 Prozent der weiterführenden Schulen des Saarlands beteiligten. Zur Begleitung der Handysammelaktionen wurde ein Kampagnenportaleingerichtet und spezielle Unterrichtsangebote zum Thema Handyrücknahme und Ressourceneffizienz entwickelt.

Im Berichtszeitraum förderten wir die Handyrückgabe zusätzlich durch weitere Aktionen: Im April 2014 führten wir hierfür eine bundesweite Kampagne durch. Bei Abschluss eines neuen Vertrages erhielten die Kunden einen Rabatt von 100 Euro bei Rückgabe eines alten Handys. Ende des Jahres starteten wir eine Weihnachtsaktion, bei der die Rückgabe von Handys mit 20 Prozent Preisnachlass beim Kauf von Zubehör belohnt wurde. Gemeinsam mit der DUH haben wir 2014 außerdem zu einer fraktionsübergreifenden Handysammelaktion im Deutschen Bundestag aufgerufen. Abgeordnete aller Fraktionen wurden aufgefordert, in ihren Wahlkreisen und Büros Altgeräte zu sammeln und sicher von uns entsorgen zu lassen. Hierbei wurden mehr als 1200 alte Mobiltelefone zurückgegeben.

2014 nahmen wir deutschlandweit 153 537 gebrauchte Mobiltelefone und Smartphones zurückund führten diese einer Weiterverwendung oder dem fachgerechten Recycling zu. Das gemeinsame Handy-Sammelsystem der Telekom Deutschland und der DUH bestand 2014 bereits im elften Jahr – insgesamt konnten über die gesamte bisherige Laufzeit mehr als 1,8 Millionen gebrauchter Handys gesammelt werden.

RÜCKNAHME- UND RECYCLINGPROGRAMM IN GRIECHENLAND

Dieses Recyclingprogramm zur Rücknahme von Batterien, Druckerpatronen und Handys wurde im Juni 2013 ins Leben gerufen. Ziel war es, Recyclingmaßnahmen im Einzelhandelsnetz von OTE-COSMOTE-GERMANOS auszubauen und das gesellschaftliche Umweltbewusstsein allgemein zu stärken. Ende 2014 war das Programm in fast 500 Verkaufsstellen angelaufen. Innerhalb des Jahres 2014 wurden über 50 Tonnen Batterien, Druckerpatronen und Handys gesammelt. Für jede Tonne an Handys, die im ersten Jahr des Programms zurückgegeben wurden (7,6 Tonnen zwischen Juni 2013 und Juni 2014) spendete OTE-COSMOTE-GERMANOS 1 000 Euro an zwei gemeinnützige Umweltschutzorganisationen, die Umweltschutzprogramme für Schulen organisieren, insbesondere im Bereich des Wald- und Wildtierschutzes.

HANDY-RECYCLING BEI T-MOBILE US

Im Rahmen des Recycling- und Wiederaufbereitungsprogramms für gebrauchte Mobiltelefone gibt T-Mobile USA Kunden die Möglichkeit, ihre ausrangierten Handys an beliebigen T-Mobile-Standorten in den USA und Puerto Rico abzugeben. Da das Recycling von Mobiltelefonen und Smartphones eine der größten Herausforderungen an den Umweltschutz in der Telekommunikationsbranche ist, befasst sich T-Mobile USA mit allen Phasen im Lebenszyklus der Geräte und schafft Anreize für Kunden, ihre gebrauchten Mobiltelefone einer Weiterverwendung, Wiederaufbereitung oder fachgerechtem Recycling zuzuführen.

Mit dem Upgrade-Programm JUMP!™ werden Kunden für die Rückgabe ihrer Mobiltelefone an T-Mobile USA großzügig belohnt. Die Initiative hat Erfolg – immer mehr Kunden bringen ihre gebrauchten Handys zurück. Wenn Kunden auf ein neues, besseres Gerät umsteigen möchten, erhalten sie für geeignete Gebrauchtgeräte eine Gutschrift, die sie beim künftigen Gerätekauf einlösen können. Sie können damit bis zur Hälfte der Anschaffungskosten einsparen. T-Mobile bereitet die Geräte dann wieder auf und verkauft sie an Kunden, die an preisgünstigen gebrauchten Handys interessiert sind.

2014 nahm T-Mobile USA rund 4,2 Millionen Handys zurück. Die Recyclingrate* belief sich 2014 auf insgesamt 31 Prozent.

* Berechnungsgrundlage: Gesamtanzahl der jährlich zurückgegebenen Handys (Rückgaben aufgrund von Kaufreue ausgenommen) / Gesamtanzahl verkaufter Handys.

BARRIEREFREIE PRODUKTE UND DIENSTE

Die Telekom erleichtert Menschen mit Einschränkungen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft. So bieten wir unsere Sozialtarife nicht nur einkommensschwachen Personen an, sondern stellen diese auch gehörlosen oder sehbehinderten Menschen zur Verfügung. Wir unterstützen sie außerdem mit speziell angepassten Produkten und Lösungen.

Produkte und Dienste für hörgeschädigte Menschen

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

Seit 2013 betreiben wir eine Kampagne mit dem Titel „Barrierefreier Vertrieb und Service für Hörgeschädigte“. Hierfür richten wir zusätzliche Vertriebskanäle für Menschen mit Hörschädigung ein. So präsentieren wir seit März 2014 auf einer eigenen Internet-Seite speziell auf gehörlose beziehungsweise hörgeschädigte Kunden zugeschnittene Produktangebote für Mobilfunk wie Festnetz. Die Angebote werden zusätzlich mit Videos in Deutscher Gebärdensprache erläutert. Außerdem haben wir dort Telekom-Hilfe-Videos mit Untertitel eingestellt, mit denen wir über unsere Tarife und Produkte informieren.

Tablet für Blinde

Auch für blinde und sehbehinderte Menschen kann die Online-Kommunikation eine Herausforderung sein. Um sie hierbei zu unterstützen, fördern wir das Projekt „Green Vision“, das für diese Nutzergruppen spezielle Tablets entwickelt. Das Projekt erhielt 2014 den ersten Platz im Nachhaltigkeitspreis des T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds, dotiert in Höhe von 20000 Euro. Die Besonderheit der Green Vision-Tablets ist eine haptisch wahrnehmbare, interaktive Oberfläche, welche die Inhalte in der Blindenschrift Braille darstellt. Sie macht die Inhalte von mobilem Internet buchstäblich greifbar. Dem Projektnamen „Green Vision“ entsprechend ist für den geplanten Prototyp außerdem eine besonders ressourcenschonende Produktionsweise vorgesehen.

Deutschlandweit erster Netzbetreiber mit Senioren-Smartphone

Seit Oktober 2014 bieten wir mit dem Liberto 820 ein speziell für Senioren entwickeltes Smartphone an. Wir sind derzeit der einzige deutscher Netzbetreiber mit einem derartigen Gerät im Programm. Unter seiner einfach zu bedienenden Oberfläche lassen sich alle Funktionalitäten eines leistungsfähigen Android-Gerätes auch für ungeübte Nutzer mit Einschränkungen leicht erschließen. Schritt für Schritt wird der Nutzer durch die Bedienung geführt. Mit einem webbasierte Gerätemanager kann er das Gerät auch aus der Ferne einrichten und verwalten. Besonders geeignet für Senioren ist das Liberto 820 außerdem durch seine Hörgerätekompatibilität, eine Notfall-Taste und zwei einfache Menü-Versionen.

HILFE BEI DER SUCHE NACH VERMISSTEN

T-Mobile Czech Republic entwickelte 2014 eine einzigartige Plattform mit dem vorläufigen Titel „SAR SMS“ (Search and Rescue SMS), mit der in einer bestimmten Region Massentextnachrichten versandt werden können, wenn dort eine gesundheitliche Gefährdung oder sogar Lebensgefahr für Menschen besteht. Mithilfe dieses Spezialsystems können Rettungskräfte die Öffentlichkeit umgehend über Notsituationen wie die Suche nach einem vermissten Kind, Brände, Überflutungen und Ähnliches informieren. Angeregt wurde die Entwicklung dieser App nicht nur durch die alarmierend hohe Anzahl vermisster Kinder auf der ganzen Welt, sondern auch durch den Bedarf an ultraschnellen Informationskanälen für Notsituationen.

VERBRAUCHER- UND JUGENDSCHUTZ

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

MANAGEMENTANSATZ (VERBRAUCHER- UND JUGENDSCHUTZ)

Datenschutz und Datensicherheit sind für uns von größtmöglicher Bedeutung. Wir haben hierfür bereits 2008 ein eigenes Vorstandsressort eingerichtet und mit der Konzernrichtlinie Datenschutz („Binding Corporate Rules Privacy“) verbindlich konzernweit geregelt, wie personenbezogene Daten innerhalb der Telekom Gruppe erhoben, gespeichert und weiterverarbeitet werden dürfen. In einem eigenen jährlichen „Bericht Datenschutz und Datensicherheit“ informieren wir nicht nur transparent über alle unsere Aktivitäten und Maßnahmen, sondern ziehen auch Zwischenbilanz: Was hat die Telekom erreicht? Wo sieht die Politik den größten Handlungsbedarf? Und wie beurteilen Experten den Status quo bei Datenschutz und Datensicherheit?

Unsere Produkte und Dienste bieten seit jeher ein hohes Niveau an Datenschutz und Datensicherheit. Wachsende Datenmengen erfordern besondere Vorkehrungenzum Schutz der Privatsphäre der Bürger. Seit 2013 gelten für unser Handeln deshalb acht verbindliche Leitsätze für den Umgang mit Big Data – großen Mengen personenbezogener Daten.Mit einem „Zehn-Punkte-Programm für mehr Sicherheit im Netz“ haben wir im Januar 2015 außerdem konkrete Maßnahmen zum Schutz von Daten und Infrastruktur beschlossen. Im Zuge dessen haben wir neue Schutzprodukte entwickelt, darunter die Mobile Encryption Appzur Verschlüsselung der gesamten Mobilfunkkommunikation.

Auch in der Entwicklung unserer übrigen Produkte und Dienste spielen Datenschutz und -sicherheitsaspekte eine wesentliche Rolle. Mithilfe des „Privacy and Security Assessment“ (PSA)-Verfahrens werden unsere Systeme bei jedem Entwicklungsschritt auf ihre Sicherheit überprüft. Dies gilt für neu entwickelte Systeme ebenso wie für bestehende, die technisch oder in der Art der Datenverarbeitung angepasst werden.

Außerdem dokumentieren wir mithilfe eines standardisierten Verfahrens den Datenschutz- und Datensicherheitsstatus unserer Produkte über ihren gesamten Lebenszyklus. Jugendschutzkriterien fließen ebenfalls in die Entwicklung unserer Dienste und Produkte ein. In Deutschland beziehen wir bei Fragen der Planung und Gestaltung jugendschutzrelevanter Angebote unsere Jugendschutzbeauftragte ein, welche Beschränkungen oder Änderungen vorschlagen kann. Wir haben uns 2013 außerdem verpflichtet, in jeder Landesgesellschaft innerhalb der EU für jugendschutzrelevante Themen einen Child Safety Officer (CSO) zu benennen. Daraufhin beriefen wir im Berichtszeitraum in allen unseren europäischen Märkten mindestens einen CSO. Der CSO ist zum einen zentraler Ansprechpartner für gesellschaftliche Akteure des jeweiligen EU-Markts. Zum anderen nimmt er intern eine Schlüsselrolle bei der Koordinierung jugendschutzrelevanter Themen ein. Diese Maßnahme erhöht somit das konsistente und transparente Engagement der Telekom im Bereich Jugendschutz.

Strategischer Ansatz zum Jugendmedienschutz

Unsere Strategie zum Schutz von Kindern und Jugendlichen bei der Nutzung digitaler Medien ruht auf drei Säulen: Wir

- stellen attraktive und altersgerechte Angebote für Kinder bereit und geben Erziehungsberechtigten Instrumente (Filter) an die Hand, mit denen sie den Zugang Minderjähriger zu gefährdenden Inhalten unterbinden können,
- beteiligen uns an der Bekämpfung von Kindesmissbrauch und dessen Darstellung und
- fördern den Aufbau von Medienkompetenzim sicheren Umgang mit den Angeboten im Netz.

Darüber hinaus arbeiten wir eng mit Strafverfolgungsbehörden und NGOs sowie anderen Partnern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft zusammen, um kinder- und jugendgefährdende Inhalte aus dem Netz zu verbannen.

In Deutschland haben wir unsere Verpflichtung zum Jugendmedienschutz in entsprechenden Grundsätzenfixiert und Mindeststandards implementiert.

EU-weit verpflichteten wir uns bereits 2007, die Darstellung von Kindesmissbrauch im Internet zu bekämpfen. Auf globaler Ebene sind wir seit 2008 im internationalen Verband der Mobilfunkanbieter GSMA, der dasselbe Ziel verfolgt. Um unser Vorgehen im Konzern besser zu koordinieren, verabschiedeten wir darüber hinaus im Oktober 2013 einen international gültigen Katalog mit verbindlichen Rahmenvorgaben für unsere Aktivitäten im Jugendmedienschutz und setzten damit in

unseren Märkten neue Standards. Jede Landesgesellschaft in der EU kann die darin enthaltenen Vorgaben an die jeweiligen kulturellen Gegebenheiten und Geschäftsmodelle anpassen, weitergehende Maßnahmen beschließen und so zusätzlich eigene strategische Schwerpunkte setzen.
Da der Jugendmedienschutz eine branchenübergreifende Herausforderung darstellt, kooperieren wir mit verschiedenen Jugendschutz-Organisationen und beteiligen uns an Allianzen, die das Engagement der Akteure aus der Internet- und Medienwirtschaft koordinieren. Beispielsweise wirken wir mit an der „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“, die sich zum Ziel gesetzt hat, das Internet zu einem sichereren Ort für Kinder zu machen. Eine führende Rolle übernehmen wir außerdem in der „ICT Coalition for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU“. Mit ihr verfolgen wir einen umfassenden, auf sechs Prinzipien beruhenden branchenübergreifenden Ansatz, der ausdrücklich auch den Aufbau von Medienkompetenz einschließt.

Im Rahmen beider Allianzen kündigte die Telekom im Januar 2013 die Umsetzung eines EU-weiten, auf den Prinzipien der ICT Coalition beruhenden Maßnahmenpakets an. Die ICT Coalition publizierte im April 2014 einen Jahresbericht zur Umsetzung entsprechender Maßnahmen bei allen in der ICT Coalition vertretenen Unternehmen. Der von einem unabhängigen Gutachter des Dublin Institute of Technology erstellte Report kommt zu dem Ergebnis, dass der Ansatz der Telekom zur Umsetzung der Prinzipen der ICT-Coalition vorbildlich ist.

DATENSCHUTZ

Um bei der Nutzung unserer Produkte und Dienste ein Höchstmaß an Datenschutz und Datensicherheit zu gewährleisten, haben wir vielfältige Maßnahmen ergriffen. Unsere Aktivitäten dokumentieren wir in unserem jährlichen „Bericht Datenschutz und Datensicherheit“. Die folgenden Beispiele stellen einen kleinen Ausschnitt unserer Arbeit im Berichtszeitraum dar:

Abwehrkompetenz gebündelt

Am 16. April 2014 eröffneten wir in Bonn das neue Cyber Defense Center der Telekom. Der Hintergrund: Die Zahl der Cyberangriffe ist in den vergangenen Jahren stetig gestiegen. Zu deren Abwehr unternehmen wir deshalb große Anstrengungen und bündeln die dafür notwendigen Kompetenzen in dem neuen Abwehrzentrum. Für unsere Kunden erweitern wir kontinuierlich unser Sicherheitsportfolio.

Rechtssichere elektronische Verwaltung

Die Stadt Dresden und die Deutsche Telekom starteten im Juni 2014 das Pilotprojekt De-Mail City. Bürger, Unternehmen und Ämter der sächsischen Metropole können seither per De-Mail sicher und rechtsverbindlich kommunizieren. In einem ersten Schritt umfasst das Angebot die Übermittlung von Gewerbeanmeldungen, Steuerbescheiden, Wohnberechtigungsscheinen und die Einreichung elektronischer Petitionen. Weitere Anwendungen sollen folgen.

Schutz der Privatsphäre im Mobilfunk

Mitte 2014 brachten wir als einer der ersten Anbieter eine weltweit einsetzbare mobile Verschlüsselungslösung für Smartphones auf den Markt. Die so genannte Mobile Encryption App für Android- und iOS-Geräte funktioniert im Gegensatz zu anderen Lösungen in jedem Telefonnetz und sogar ohne SIM-Karte über WLAN oder per Satellitenverbindung. Wenn zwei Nutzer über die neue Lösung kommunizieren wollen, genügt es, dass beide die Mobile Encryption App auf ihrem Smartphone installiert haben. Eine kundenspezifische technische Infrastruktur im Hintergrund ist nicht nötig. Die Kommunikationspartner müssen auch nicht Kunden desselben Mobilfunkanbieters sein, die Verschlüsselungslösung funktioniert bei jedem Anbieter. Das Angebot richtet sich zunächst an große Geschäftskunden. Mittelfristig soll die Lösung aber auch mittelständischen Unternehmen zur Verfügung stehen.

In enger Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Organisation Mozilla entwickelten wir weitere Funktionen für das Handybetriebssystem Firefox OS, die den Nutzern einen besseren Schutz ihrer persönlichen Daten ermöglichen. Beispielsweise erlaubt es die Funktion Ortungsgenauigkeit (Location Accuracy), zu entscheiden, wie exakt eine App den aktuellen Standort eines Smartphones ermitteln darf. Somit lässt sich zum Beispiel die Übermittlung der GPS-Daten auf die Navigations-App beschränken. Die Wetter-App wiederum erhält nur die Koordinaten der Stadt, in der sich der Handynutzer gerade aufhält.

Deutlich mehr Datenhoheit bietet auch die neu entwickelte Fernschutzfunktion (Remote Privacy Protection). Im Gegensatz zu den Lösungen aller anderen Betriebssysteme verzichtet Firefox darauf, die Ortsdaten der Smartphones an eine zentrale Stelle zu schicken, an die sich der Handynutzer im Verlustfall dann wendet. Stattdessen wird auf dem Firefox-Smartphone ein Lokalisierungspasswort hinterlegt. Schickt man das Passwort per SMS an das abhandengekommene Handy, antwortet dieses ebenfalls per SMS mit seinen Positionsdaten.

Diese Datenschutzeinstellungen, die wir 2014 auf dem Mobile World Congress 2014 in Barcelona vorstellten, wird Mozilla ab 2015 schrittweise an den Markt bringen. Darunter wird dann auch die sogenannte Permission History sein, die Benutzer darüber aufklärt, welche Apps auf welche Daten und Dienste ihres Handys zugreifen.

Im Berichtszeitraum veröffentlichten wir außerdem einen Online-Ratgeber zum Thema Digitale Sicherheit. Mit ihm wollen wir durch zielgruppenspezifische Angebote zur Verbesserung der Medienkompetenz innerhalb der Bevölkerung beitragen.

Neue Sicherheitsmerkmale für RechnungOnline

Um zu verhindern, dass Kriminelle über gefälschte Telekom-Rechnungen Schadsoftware auf den Rechnern unserer Kunden einschleusen können, versieht die Telekom Deutschland GmbH ihre Rechnungen seit dem 20. Februar 2015 mit zusätzlichen Erkennungszeichen:

- Straße und Hausnummer des Kunden
- Fälschungssicheres Siegel (blaues @-Zeichen mit einem Haken darin)
- Nur für Internetprovider erkennbare Signatur als Hilfe beim Aussieben der gefälschten Rechnungsmails.

Ausführliche Informationen, wie sich eine originale von einer gefälschten Rechnung unterscheidet, finden Sie hier.

BILDUNG ZUM JUGENDMEDIENSCHUTZ

Ein sicherer Umgang mit digitalen Medien setzt ein Wissen um die damit verbundenen Gefahren voraus. Deshalb haben wir zum Beispiel im Rahmen von Teachtodayvielfältige Angebote zur Förderung der Medienkompetenz geschaffen. Mit ihnen wollen wir vor allem Kinder und Jugendliche als intensive Nutzer des Internet über dessen Möglichkeiten und Risiken informieren.

Ein Beispiel für unser Engagement in der Vermittlung von Medienkompetenz ist die gemeinnützige Initiative „Mobilsuli“, die von Mitarbeitern der Magyar Telekom ins Leben gerufen wurde. Sie hat das Ziel, Kindern grundlegende Prinzipien der mobilen Kommunikation nahezubringen und sie mit Sicherheitsaspekten, z.B. bei der Veröffentlichung privater Bilder und anderer Inhalte, vertraut zu machen. Magyar Telekom unterstützt die Initiative finanziell und befreit Mitarbeiter für ehrenamtliche Tätigkeiten von beruflichen Aufgaben. 2014 hat sie ihr Engagement ausgebaut und rund 160 freiwillige Helfer für Schulungen zur sicheren Nutzung von Mobiltelefonen freigestellt. Diese besuchten 120 Schulen und veranstalteten pro Schule im Durchschnitt zwei Präsentationen mit altersgerecht aufbereiteten Materialien. Insgesamt erreichten sie auf diese Weise etwa 7000 Kinder.

KINDERSCHUTZSOFTWARE UND SURFGARTEN

Als führender ICT-Anbieter unterstützen wir im Rahmen unserer Möglichkeiten ein sicheres und positives Online-Erlebnis für Kinder und Jugendliche. Mit altersgerechten Websites und Inhalten wie der Suchmaschine fragFINN.de oder unserem seit 2004 bestehenden Kidsportal bieten wir Kindern und Jugendlichen in Deutschland und anderen Ländern spannende und attraktive Inhalte im Netz an. Neben diesen sicheren Angeboten können sie im Internet aber auch auf andere, für sie gefährliche Inhalte stoßen. Deshalb bieten wir Eltern Filter an, mit denen sie den Zugang zu jugendschutzgefährdenden Inhalten erschweren können. Eines der beiden Programme, die für einen Schutz vor jugendgefährdenden Inhalten für unter 16- bzw. unter 18jährige sorgen und hierfür von der „Kommission für den Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten“ (KJM) anerkannt wurden, ist unsere Kinderschutz Software. Mit ihr können Eltern (oder andere Erziehungsberechtigte) flexibel bestimmen, welche Inhalte für ihre Kinder (beziehungsweise Schützlinge) zugänglich sind.

Weiterhin haben wir in Deutschland den Kinder- und Jugendschutz-Browser „Surfgarten“ für iPhone, iPad und iPod Touch entwickelt. Die Zahl seiner Nutzer hat sich im Berichtzeitraum auf etwa 6 000 verdoppelt.

Sowohl unsere deutsche Kinderschutz Software als auch Surfgarten enthalten eine technische Lösung zum Erkennen der Altersklassifizierung von Websites.

VORGEHEN GEGEN KINDERPORNOGRAFIE

Ein rigoroses Vorgehen gegen die Darstellung von Kindesmissbrauch im Internet gehört zum Selbstverständnis der Deutschen Telekom. Auf EU-Ebene verpflichteten wir uns bereits 2007 im „European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children" zu einer EU-weiten Bekämpfung der Darstellung von Kindesmissbrauch. Seit 2008 engagieren wir uns zudem im weltweiten Verbund mit Mobilfunkbetreibern gegen die Verbreitung derartiger Inhalte.

Seit 2013 beteiligen wir uns außerdem an zwei branchenübergreifenden Zusammenschlüssen, die sich dem Kampf gegen Kindesmissbrauch im Internet verschrieben haben, der „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids“ und der „ICT Coalition for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU“. 2014 erschien ein erster Jahresbericht der ICT Coalition. In ihm wird unser Engagement in diesem Bereich gewürdigt. Wir sind nach wie vor in beiden Bündnissen aktiv und bekennen uns uneingeschränkt zu deren Prinzipien.

Mitarbeit im Zentrum für Kinderschutz im Internet

Im Berichtszeitraum beteiligten wir uns in zwei Fachkreisen an der Arbeit des Zentrums für Kinderschutz im Internet (I-KiZ), eines Projekts des deutschen Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Im Rahmen der Projektarbeit wurde 2014 das Netzwerk gegen Missbrauch und sexuelle Ausbeutung von Kindern „Keine Grauzonen im Internet“ ins Leben gerufen. Das Netzwerk, das unter der Schirmherrschaft der Bundesfamilienministerin Manuela Schwesig steht, hat sich zum Ziel gesteckt, Darstellungen von Kindern und Jugendlichen in sexuellen Posen wirksamer zu bekämpfen und international zu ächten. Begonnen hat es seine Arbeit mit dem Aufbau eines Kompetenzzentrums zur Ausleuchtung der Grauzonen der sexuellen Ausbeutung im Internet.

VERANTWORTUNGSVOLLE NUTZUNG MOBILER ENDGERÄTE

Im Rahmen seines Programms für die verantwortungsvolle Nutzung mobiler Endgeräte organisiert T-Mobile Netherlands verschiedenste Aktivitäten:

Gastvorträge in Schulen zum Thema Schuldenvermeidung

Im Jahr 2014 organisierte T-Mobile Netherlands in Zusammenarbeit mit dem niederländischen Finanzministerium und der Initiative „wijzer in Geldzaken“ über 30 Gastvorträge, die mehr als 1000 Kinder erreichten. Damit sollten junge Menschen vor unnötigen Telekommunikationsschulden geschützt werden. Die Mitarbeiter nutzten bei ihren Gastvorträge Materialien, die vom Unternehmen bereitgestellt wurden.

Verkehrssicherheit

Am 16. September 2014 starteten das niederländische Verkehrsministerium und die Organisation „Safe Traffic Netherlands“ eine Kampagne zur sicheren Handy-Nutzung im Straßenverkehr: „Keep Your Eyes on the Road“. T-Mobile Netherlands war das erste Telekommunikationsunternehmen, das sich dieser Kampagne anschloss und sie durch Flyer in Shops und insbesondere auch in den sozialen Medien unterstützte. Eine ähnliche Initiative wurde auch zur Förderung des sicheren Fahrradverkehrs ins Leben gerufen, da 20 Prozent aller Fahrradunfälle in den Niederlanden durch die Nutzung sozialer Medien im Straßenverkehr verursacht werden. Die „fietsmodus-app“ aktiviert auf dem Handy einen Offline-Modus im Straßenverkehr, der ähnlich funktioniert wie der Flugzeugmodus.

Zwangsverträge

Zwangsverträge werden in den Niederlanden zunehmend zum Problem. Dabei werden junge Menschen zum Erwerb der teuersten Verträge und Handys „angehalten“. Eine interne Kommunikationskampagne befasst sich intensiv mit dieser Problematik und wendet sich insbesondere an unsere Shop-Mitarbeiter. T-Mobile Netherlands hat das Thema auch in

seine Informationsprogramme für Schulen aufgenommen. 2014 wurden damit 1000 Kinder erreicht, 2015 sollen es 3000 sein.

Diebstahlsicher
Wöchentlich werden über 300 Smartphones gestohlen. Das niederländische Sicherheits- und Justizministerium wollte dieses Problem konstruktiv angehen und bat die Telekommunikationsbranche um Hilfe. Das Ergebnis waren der sogenannte "Kill Switch" und eine neue Kampagne mit dem Titel „Boef Proof“ (Diebstahlsicher), die 2014 anlief. Die Kill-Switch-Funktion ermöglicht es Nutzern, ihre Smartphones per Fernzugriff zu finden, Daten zu löschen und das Gerät zu sperren, was gestohlene Smartphones wertlos macht.

De Kindertelefoon
Seit 2010 unterstützt T-Mobile das Kindersorgentelefon „De Kindertelefoon“, wo insbesondere Kinder anonym anrufen und Hilfe erhalten können. So bietet T-Mobile Kindern und Jugendlichen die Möglichkeit, kostenlos mit ihren Handys bei diesem „Kindertelefoon“ anzurufen.

KUNDENZUFRIEDENHEIT

Die Bedürfnisse und Meinungen unserer Kunden zu berücksichtigen, gehört zu unserem Selbstverständnis als serviceorientiertes und verantwortungsvolles Unternehmen. Dafür betreiben wir ein umfassendes Kundenbeziehungsmanagement. Wir fördern den Dialog mit unseren Kunden, indem wir ihnen ermöglichen, jederzeit schnell und unkompliziert über die von ihnen gewählten Kommunikationskanäle, zum Beispiel telefonisch, per E-Mail oder im Telekom Shop, mit uns in Kontakt zu treten.

MANAGEMENTANSATZ

Wir wollen unsere Kunden begeistern. Dieses Ziel ist in unseren konzernweiten Leitlinien verankert. Auch variable Gehaltsanteile unserer Führungskräfte sind an die Kundenzufriedenheit gekoppelt. Mit verschiedenen Instrumenten erheben wir regelmäßig die Zufriedenheit und Loyalität unserer Kunden. Eines davon ist die von einem unabhängigen externen Dienstleister mehrmals pro Jahr durchgeführte TRI*M-Kundenbindungsstudie. Die Ergebnisse werden in Form des sogenannten TRI*M-Index dargestellt. Bis zum Ende des Jahres 2015 wollen wir in Deutschland diesen Wert bezogen auf das Jahr 2012 um rund 10 Prozent steigern. Sämtliche Rückmeldungen unserer Kunden nutzen wir deshalb zur Produktentwicklung und Verbesserung unseres Service.

Telefonisch sind wir seit 2013 im Inland für alle Festnetz- und Mobilfunk-Kunden rund um die Uhr kostenlos erreichbar. Dies gilt für sämtliche Service-Nummern, auch bei Fragen zu Internet und TV. Eine zunehmend wichtige Rolle spielt auch die Online-Kommunikation: Mehr als 40 Prozent aller Service-Anfragen an die Telekom Deutschland werden heute bereits über unsere übergreifenden Online-Plattformen gelöst. Anfragen und Beanstandungen unserer Kunden werten wir systematisch aus, um tiefere Ursachen zu erkennen und Verbesserungen einzuleiten.

MESSBARE ERFOLGE DURCH „K1 – KUNDE ZUERST“

Ein wichtiges Instrument zur Umsetzung der Konzernstrategie im Handlungsfeld „Kunden begeistern“ ist das Programm „K1 – Kunde zuerst“. Mit ihm zielen wir darauf ab, die Kundenzufriedenheit und die Kundenerlebnisse zu verbessern. Dabei erfüllen wir sowohl die Erwartungen unserer Privat- als auch Geschäftskunden und versuchen diese zu übertreffen. In den vergangenen Jahren konnten wir so die Zufriedenheit deutlich erhöhen. Beispielsweise ging die Anzahl der Beschwerden im Festnetz-Bereich im Zeitraum von 2012 bis 2014 um 6 Prozent zurück. Besonders zufrieden äußerten sich Kunden, die im Rahmen des Projekts „Beschwerdemanagement 2.0“ intensiv durch einen Fallmanager betreut worden waren. Im Vergleich zum allgemeinen Beschwerdemanagement kam es hier seltener dazu, dass Kunden sich mehrere Male wegen desselben Problems meldeten.

Ein weiteres gutes Beispiel für sinnvolle K1-Maßnahmen ist der sogenannte Rückkanal: Jeder Kunde wird per SMS über den Abschluss eines Auftrags informiert und erhält dabei eine Rückrufnummer, über die er sich bei weiteren Fragen direkt mit dem Servicecenter in Verbindung setzen kann. Unsere Servicemitarbeiter dokumentieren systematisch die dabei geäußerten Kundenanliegen. So können wir wiederkehrende Fehler vermeiden und unsere Prozesse weiter optimieren.

Besondere Anerkennung erhielten wir für die im Rahmen von K1 entwickelte DSL Hilfe App, mit der Kunden im Falle einer Störung ihres Breitbandanschlusses selbst eine Fehleranalyse durchführen können. Das international tätige Marktforschungs- und Beratungsinstitut YouGov zeichnete die App 2014 als „Beste Service-Innovation“ in der Kategorie „Betreuen und helfen“ aus.

Indikator belegt Fortschritte bei der Kundenbindung

Mit dem sogenannten TRI*M-Index messen wir die Kundenbindung und stellen uns einem regelmäßigen Wettbewerbsvergleich. 2014 konnten wir auch hier das Ergebnis gegenüber dem Vorjahr verbessern: Konzernweit stieg der TRI*M-Index um circa 1,8 Prozent; auch bei der Telekom Deutschland konnten wir die Werte weiter verbessern. Unser Ziel ist es, die Kundenbindung in Deutschland bis zum Jahr 2015 um 10 Prozent gegenüber 2012 zu steigern.

DEUTSCHE TELEKOM FÜHREND BEI KUNDENVERTRAUEN

Die Zufriedenheit der Kunden mit unserem Service wurde im Berichtszeitraum durch den TÜV Rheinland untersucht. Die Prüfer vergaben für unsere Service-Hotline, die Telekom Shops und den Technischen Service zum zweiten Mal in Folge die Note "gut". Zuvor hatten sie für jeden der drei Bereiche 850 Kunden dazu befragt, wie zuverlässig, kompetent und freundlich sie die Servicemitarbeiter erlebt hätten. Aufgrund der von den Prüfern ermittelten Punktzahlen schnitten alle einzelnen Bereiche ebenfalls mit „gut“ ab. Gegenüber dem Vorjahr konnte damit erneut eine Verbesserung erreicht werden.

Connect Hotlinetest

Unsere Leistungen zur Festigung des Kundenvertrauens wurden im Berichtszeitraum von externer Seite bestätigt. 107 Tester der Fachzeitschrift Connect verglichen 2014 im einem „Hotlinetest“ die Kundenberatung der Mobilfunkbetreiber in Deutschland. Im Vordergrund stand dabei die Qualität der Aussagen. Hier zeigten sich die Prüfer von den Beratern der Telekom am meisten beeindruckt. Auch sei die Telekom-Hotline gut erreichbar und die durchschnittliche Wartezeit von knapp zwei Minuten nicht zu lang. Ein "sehr gut" vergaben sie außerdem in der Kategorie Freundlichkeit/Sozialkompetenz. Positiv vermerkt wurde zudem, dass die Telekom-Hotline 2202 kostenlos ist. Auch beim E-Mail-Service schnitten wir am besten ab: 18 von 20 Anfragen wurden im Durchschnitt nach 26 Stunden mit meist richtigen Angaben beant-

wortet. Unter allen Mitbewerbern erreichte die Telekom so die höchste Punktzahl und damit Platz eins. Zwischen März und Mai 2014 veranstaltete Connect außerdem ihren Lesertest, bei dem neben der Qualität auch Service und Kundenzufriedenheit untersucht wurden. Mehr als 99600 Leser beteiligten sich daran und kürten die Telekom zum besten Anbieter sowohl im Festnetz- als auch im Mobilfunkbereich.

GRÜNDERFÖRDERUNG

Wir fördern begabte Studenten und innovative Geschäftsideen sowohl innerhalb unseres Konzerns als auch in unserem gesellschaftlichen Umfeld. Mit unserem Start-up-Inkubator hub:raum haben wir uns beispielsweise zum Ziel gesetzt, Unternehmensgründer bei der Umsetzung innovativer Ideen zu unterstützen. Wir sind davon überzeugt, dass diese Starthilfe uns letztlich auch selbst zugutekommt, indem sie uns befähigt, gemeinsam mit den Gründern neue oder verbesserte Produkte auf den Markt zu bringen. Zahlreiche unserer Landesgesellschaften haben deshalb ebenfalls Existenzgründerinitiativen gestartet und bieten Stipendienprogramme an, um talentierten Studenten finanzielle Unterstützung zu gewähren.

NEUES VOM START-UP-INKUBATOR HUB:RAUM

Seit 2012 betreiben wir unter dem Namen hub:raum einen eigenen Start-up-Inkubator in Berlin. Bei hub:raum können Gründerteams ihre Geschäftsideen gewissermaßen in einem „Brutkasten“ weiterentwickeln und auf den Markt bringen. Erfahrene Unternehmensgründer stehen ihnen dabei als Mentoren zur Seite, zudem bieten wir ihnen Startfinanzierungen (Seed-Funding) in Höhe von maximal 300.000 Euro an.

Alle interessierten Start-ups können sich auf der hub:raum-Website um eine Aufnahme in das Programm bewerben. In den Jahren 2013 und 2014 wurden unter anderem folgende Start-ups in das Programm aufgenommen:

- qLearning, ein Lernhilfe-Start-up aus München,
- Contiamo, ein Business-Intelligence-Unternehmen aus Berlin,
- Vigour.io aus Berlin und Amsterdam, die eine Plattform zum Betrieb geräteunabhängiger Anwendungen entwickelt haben, und
- Frestyl aus Berlin, deren Event-App Musikveranstaltungen, Konzerte und Partys mithilfe von Expertenempfehlungen vorschlägt.

Zusammen mit den bestehenden Start-ups Stylemarks, Salonmeister, Reputami sowie Blinkist nehmen nun insgesamt acht Unternehmensgründungen an hub:raum teil. Darüber hinaus bietet hub:raum ein kontinuierliches „Accelerator“-Programm an. Dort können Gründerteams, deren Ideen zur Deutschen Telekom passen, diese zu finanzierbaren Geschäftsmodellen weiterentwickeln. Wir stellen ihnen kostenfrei die Infrastruktur des hub:raum Campus und die wöchentlich erneuerten hub:raum Programm-Angebote (z.B. Mentoren- und Expertensprechstunden, Workshops oder Events) zur Verfügung. Insgesamt haben bereits mehr als 60 Start-up-Teams dieses Angebot in Berlin und Krakau genutzt.

Im Jahr 2014 hat hub:raum mit den sogenannten Bootcamps außerdem ein neues, themengebundenes Event-Format ins Leben gerufen. Dort sollen Start-ups (wie beim „Booten“ eines Betriebssystems) „hochgefahren“, das heißt, sichtbar gemacht werden. Gleichzeitig wollen wir den Gründern die Telekom als Partner vorstellen und ihnen Investorenkontakte vermitteln. Hierzu laden wir Teams aus aller Welt ein, bei uns in Berlin beziehungsweise Bonn ihre Lösungen zu präsentieren. 2014 fanden Bootcamps zu folgenden, für uns relevanten Themen statt: Internet-der-Dinge, Cyber Security und Wearables (am Körper tragbare Computersysteme). Mehr als 30 Start-ups nahmen daran teil.

TELEKOM INNOVATION CONTEST

Um junge Innovationsträger an unser Unternehmen heranzuführen und für beide Seiten Synergien zu erzielen, haben wir 2013 den „Telekom Innovation Contest“ ins Leben gerufen. Nach dem erfolgreichen Auftakt des internationalen Ideenwettbewerbs riefen wir auch 2014 wieder kreative Teams dazu auf, ihre Ideen einzureichen. Beteiligen konnten sich Studenten, Unternehmer mit Gründerideen, junge IT-Startups sowie Mitarbeiter-Teams aus unserem Konzern. 2014 unterstützen mehr Partner denn je den Wettbewerb, den die Telekom Innovation Laboratories in Berlin sowie T-Mobile Poland und Magyar Telekom in Ungarn gestartet haben. Alle Inkubatoren der Deutschen Telekom - hub:raum in Berlin, Krakau und Tel Aviv sowie Kitchen Budapest und das interne Mitarbeiter–Programm UQBATE - waren beteiligt.

Das italienische Start-up Atooma setzte sich im Wettbewerb um Verhandlungen für Investments in Höhe von bis zu 150 000 Euro am 27. Juni in Krakau durch. Atooma ist eine Plattform, die Endgeräte, Apps und Sensoren verbindet und dem Nutzer bei der Automatisierung von Prozessen hilft. So kann Atooma, sobald der Nutzer sich dem eigenen Zuhause nähert, automatisch die W-LAN-Funktion einschalten und die Klingellautstärke verringern. Neben Atooma gewannen die weiteren Finalisten die Teilnahme an einem viertägigen Training bei hub:raum in Krakau sowie Hard- und Software zur Ausstattung ihres Start-ups.

Insgesamt 326 Teams aus 39 Ländern hatten sich an dem Wettbewerb beteiligt. Einsendungen waren in sechs Kategorien möglich, darunter Smart Energy, Cyber Security, Datenmanagement und das Internet der Dinge. Die Mehrzahl der Teilnehmer (60 Prozent) entschied sich allerdings für eine Bewerbung in den Trend-Themen “Cloud-Computing” („Cloud-based Productivity“) sowie zukünftige Medien und Kommunikation („Future Media & Communication“).

GESELLSCHAFT

„Ich kann was!“ - Initiative: mehr als 700 unterstützte Projekte mit einem Volumen von rund 4 Millionen Euro seit 2009.

Bildung ist der Schlüssel zur Informations- und Wissensgesellschaft. Darum haben wir uns verpflichtet, einen sicheren, selbstbestimmten und chancengleichen Umgang mit den neuen Medien zu fördern, Barrieren ab- und Know-how aufzubauen. Viele unserer Mitarbeiter unterstützen uns hierbei durch ihren freiwilligen persönlichen Einsatz. Traditionell engagieren wir uns außerdem im Kultur- und Sportsponsoring.

Wir legen großen Wert darauf, wichtige Anspruchsgruppen in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für unsere Stakeholder und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):

Themengewichtung



GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE ERMÖGLICHEN

Das Leben in einer mehr und mehr digitalisierten Welt erfordert Kompetenzen – denn wer sicher und souverän mit den neuen Medien umgeht, kann die Möglichkeiten der heutigen Wissens- und Informationsgesellschaft nutzen. Als internationaler ICT-Konzern kommt uns hier eine besondere Verantwortung zu. Wir wollen mehr sein als ein Unternehmen, das die Gesellschaft mit Infrastruktur versorgt. Als vertrauenswürdiger Begleiter in allen Lebenslagen fördern wir Chancengleichheit und damit auch die Zukunftsfähigkeit der Gesellschaft und unseres eigenen Unternehmens.

Als Telekommunikationsdienstleister leben wir mit und in einer Gesellschaft, die zunehmend durch Digitalisierung und damit verbundenen Möglichkeiten geprägt ist. Hierzu gehören insbesondere der ständige Zugriff auf Informationen und ein bisher nie gekanntes Ausmaß an globaler Kommunikation. Deshalb ist es unser vorrangiges Ziel, Chancen zur Nutzung von ICT-Diensten auszubauen und Barrieren abzubauen. Die Freude an Kommunikation und Technik fördern wir mit Angeboten für einen effektiven, sicheren und individuellen Erwerb von Wissen. Dabei richten wir uns an alle Altersklassen, von Kindern im Kita-Alter über Studenten bis hin zu Senioren.

MANAGEMENTANSATZ (GESELLSCHAFTLICHE TEILHABE ERMÖGLICHEN)

Konzernweit fördern wir zahlreiche Projekte zur digitalen Bildung, mit denen wir jungen Menschen bei der Entfaltung ihrer Fähigkeiten und Potenziale zur Seite stehen. Als ICT-Dienstleister stellen wir unsere Kernkompetenz im Bereich der digitalen Technologien für diese Projekte zur Verfügung:

- Mit der Initiative Teachtoday unterstützen wir Lehrkräfte, Schulleitungen und Schulsozialarbeiter, aber auch Eltern und Schüler mit praxis- und alltagsnahen Tipps und Materialien zum Lernen mit digitalen Medien und fördern so Medienkompetenz.

- Im Rahmen der Initiative „Telekom@School“bietet wir deutschlandweit allgemeinbildenden Schulen kostenlose Breitbandanschlüsse an, damit alle Kinder und Jugendliche unabhängig vom Elternhaus die Chance bekommen, den Umgang mit digitalen Medien zu erlernen.

- Unsere 2009 gestartete „Ich kann was! -Initiative“ – mittlerweile getragen von einem von Telekom-Mitarbeitern gegründeten Verein – fördert Projekte und Einrichtungen, in denen die individuellen Fähigkeiten von sozial- und bildungsbenachteiligten jungen Menschen gestärkt werden.

- Wir fördern den Erwerb von Kompetenzen in den sogenannten MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) von der Vorschulbildung bis zum Begabtenstipendium. Dieses Engagement wird von der Deutschen Telekom Stiftung getragen.

- Zur Förderung von digitaler Sicherheit beauftragen wir Studien zum Internet-Verhalten verschiedener Nutzergruppen, bringen die dabei gewonnenen Erkenntnisse in gesellschaftliche Diskussionen ein und geben sie in Form von Ratgebernan die breite Öffentlichkeit weiter.

KOMPETENT IN DER DIGITALEN WELT

Leben und Lernen verändern sich in der digitalen Welt. Nur wer sicher und souverän mit digitalen Medien umgeht, kann die Chancen der modernen Wissensgesellschaft nutzen – von der Internet-Recherche über die Online-Buchung bis zur mobilen Kommunikation. Oft ist es nicht einfach, hier den Überblick zu behalten. In zahlreichen Projekten fördert die Telekom daher die Medienkompetenz – bei Kindern und Jugendlichen genauso wie bei Senioren oder Menschen mit Einschränkungen. Einen besonderen Schwerpunkt legen wir auf Aktivitäten zum Thema Internet-Sicherheit denn auch die Kriminalität nimmt im digitalen Zeitalter andere Formen der Bedrohung an.

Die Notwendigkeit einer verbindlichen und umfassenden Verankerung der Medienbildung in den Institutionen entlang der Bildungskette belegt eine aktuelle, von der Telekom Stiftung herausgegebene Studie der Telekom Stiftung. Sie ergab, dass der individuelle Bildungserfolg im Bereich der digitalen Medienkompetenz in Deutschland ganz besonders stark von der jeweiligen persönlichen Herkunft abhängt. Mit ihrem Engagement will die Telekom dazu beitragen mehr Chancengleichheit zu schaffen.

TEACHTODAY – LERNEN MIT DIGITALEN MEDIEN

Im Jahr 2014 ging die im Rahmen einer EU-Initiative gestartete Online-Plattform Teachtoday in die Verantwortung der Telekom über. Im November des Jahres wurde die Plattform neu ausgerichtet; dabei wurden die Themenpalette und die didaktischen Elemente überarbeitet und ergänzt. Mit der neuen Website sprechen wir nun eine größere Zielgruppe an. Lehrkräfte, Schulleitungen und Schulsozialarbeiter, aber auch Eltern und Schüler finden hier praxis- und alltagsnahe Tipps und Materialien zum sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit neuen Informations- und Kommunikationstechnologien.

2014 führten wir im Rahmen von Teachtoday den Wettbewerb „Medien, aber sicher!“ durch, bei dem Schulen und Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit Projekte zum Thema sicherer Mediennutzung eingereicht haben. Beim Siegerprojekt „Jetzt – im Netz“ der Uhland-Grundschule Wurmlingen (Baden-Württemberg) reflektierten Viertklässler ihren persönlichen Umgang mit dem Internet. Sie befragten Experten und verglichen die Ergebnisse mit denen wissenschaftlicher Studien, um auf dieser Basis Kriterien für eine gute Internet-Seite zu erstellen.

Fünf Gewinnerprojekte – und damit rund 200 Kinder und Jugendliche – nahmen anschließend am ersten Cyber Security Summit for Kids am 4. November 2014 in der Telekom Zentrale in Bonn teil. Gemeinsam mit dem Vorstand der Telekom konnten sie dort einen neuen„Jump and run“-Parcours erproben, der spielerisch Medienkompetenz und digitales Wissen vermittelt. Der Parcours kann seit Februar 2015 kostenfrei von Schulen und Einrichtungen der offenen Kinder- und Jugendarbeit gebucht werden und wird ein Jahr lang Schulen und Bildungseinrichtungen in ganz Deutschland besuchen. Den Auftakt am Safer Internet Day im Februar 2015 machte die Hausburg-Grundschule in Berlin-Friedrichshain.

SCHULUNGEN IN „LEICHTER SPRACHE“ IN KOOPERATION MIT DER LEBENSHILFE

Beschäftigte der Telekom organisieren mehrmals im Jahr im Rahmen ihrer Social Days unter anderem Schulungen zur Handy- und Internet-Nutzung für Bewohner der Lebenshilfe. Die dafür notwendigen Schulungsunterlagen ließ die Telekom in Leichte Sprache übersetzen. Am Tag des Ehrenamts 2013 unterzog ein ehrenamtlicher Trainer die Unterlagen gemeinsam mit einem Testpublikum einem Livetest; seit Mitte September 2014 stehen sie in überarbeiteter Form zur Verfügung. In der Woche des bürgerschaftlichen Engagements im September 2014 kamen die Unterlagen bei einem Workshop für Bewohner der Lebenshilfe Bonn erneut erfolgreich zum Einsatz. Telekom-Beschäftigte gaben ihren 20 Gästen Tipps und Hilfestellung beim Umgang mit modernen Kommunikationsmedien und beantworteten deren Fragen mithilfe der vereinfachten Begrifflichkeiten.

DIGITALE SICHERHEIT

Aktuelle Studien zeigen, dass Kinder und Senioren sich oft besonders ungeschützt im Netz bewegen. So ergab der jährliche Sicherheitsreport des Instituts für Demoskopie Allensbach im Auftrag der Deutschen Telekom im Jahr 2014, dass knapp die Hälfte der Eltern wenig Einblick in die Internet-Aktivitäten ihrer Kinder hat. Wiederum 40 Prozent der nur gering beteiligten Eltern haben zudem das Gefühl, ihre Kinder seien nicht ausreichend über die mit ihren Aktivitäten verbundenen Risiken informiert und sehen vor allem Lehrer in der Pflicht hier Abhilfe zu schaffen.

Die Telekom engagiert sich auf unterschiedlichen Ebenen mit diversen Einzelmaßnahmen und in Partnerschaften für mehr Sicherheit im Netz:

- **Online-Ratgeber „Sicher leben in der digitalen Welt“**

Unterhaltsam und lebensnah – im September 2014 präsentierte die Telekom das multimediale Online-Tool „Sicher leben in der digitalen Welt“ auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) in Berlin. Darin werden verschiedene Mediennutzungssituationen anhand fiktiver Nutzertypen wie Jugendliche, Erwachsene beziehungsweise Eltern oder Selbstständige dargestellt und die damit verbundenen Herausforderungen beschrieben.

- **Datenschutzratgeber als App**

Der kostenlose Datenschutzratgeber der Telekom erschien 2014 bereits in der dritten überarbeiteten Auflage. Neben der stark nachge-

fragten Printversion steht er seit diesem Jahr auch zum Download in der „Telekom Shop"-App sowie als multimediale, interaktive iBook-Version zur Verfügung.

- **Internationale Ausweitung von Helplines für Kinder**

Der internationale Mobilfunk-Betreiberverband Global System for Mobile Communications Association (GSMA) und die Deutsche Telekom arbeiten seit 2014 mit der Kinderschutzorganisation Child Helpline International (CHI) zusammen. Ziel ist es, dass junge Menschen im Internet besser geschützt werden und ihr Recht auf Gehör ausüben können. Der GSMA und CHI haben durch eine gemeinsame Vereinbarung die Grundlage für eine gezielte Förderung von telefonischen Beratungsstellen für Kinder auf der ganzen Welt geschaffen.

- **Interner Wettbewerb „Ich und die Cyberwelt"**

Um auch die Eltern unter unseren Beschäftigten noch stärker für das Thema Internet-Sicherheit ihrer Kinder zu sensibilisieren, führten wir im Oktober 2014 über das interne Social Network (TSN) den Kreativwettbewerb „Ich und die Cyberwelt" durch. Die Kinder sollten ihre persönliche Sicht der IT-Welt auf einem Plakat darstellen – bunt und spannend, komplex und einfach. Die Plakate wurden anschließend in einer Foto-Show im TSN präsentiert und alle Beschäftigten konnten für das schönste Plakat abstimmen.

VERNETZT IM KLASSENZIMMER DER ZUKUNFT

Mit dem Projekt „Connected Kids" schaffen wir bei Schülern, Eltern und Lehrern ein Bewusstsein für die vielfältigen Möglichkeiten des mobilen Internets für den Wissenserwerb und bringen den Einsatz digitaler Medien an Schulen voran. Hierzu stattete T-Mobile Austria von November 2013 bis März 2014 und seit November 2014 ein weiteres Mal gemeinsam mit Apple Schulklassen an österreichischen Schulen für je zwei Wochen mit Tablets und mobilen Internet-Hot Spots aus. Junge Pädagogen standen den Schülern hierbei als Tutoren zur Seite und machten sie mit den Möglichkeiten der Medien vertraut. Langfristig soll das Projekt die Schüler dazu anregen, ihr Wissen auch außerhalb der traditionellen Bildungseinrichtungen weiterzugeben.

TEILNEHMERREKORD BEI KOSTENLOSEN PROGRAMMIER-WORKSHOPS

Im September 2014 wurden im dritten Jahr in Folge die kostenlosen Programmier-Workshops unter der Schirmherrschaft von CoderDojo North Bucharest und Telekom Romania veranstaltet. Insgesamt 50 Kinder nahmen an drei gleichzeitig von Telekom Romania in Bukarest veranstalteten Workshops teil. Damit wurde die bisher größte Teilnehmerzahl dieser Aktion erreicht. Telekom Romania stellte auch logistische Unterstützung und schnelle Internetverbindungen bereit.

Das absolute Novum des Events 2014 war der Arduino-Workshop zum rechnergestützten Elektronikunterricht, der für Kinder ab 12 Jahren angeboten wurde. Der erste Workshop dieser Art auf nationaler Ebene machte die Kinder auf Grundlage der Entwicklungsplattform Arduino mit angewandter Elektronik vertraut. Die Teilnehmer lernten sowohl die Hardware-Elemente als auch die Programmiersprache der Arduino-Plattform kennen.

CoderDojo ist eine internationale Initiative, die 2011 in Irland ins Leben gerufen wurde, um interessierten Kindern in einer entspannten Umgebung außerhalb des normalen Schulunterrichts die Grundlagen des Programmierens näher zu bringen.

INITIATIVE „ACCESS TO THE DIGITAL WORLD"

Die Initiative „Access to the Digital World" wurde 2012 mit finanzieller Unterstützung von OTE und COSMOTE ins Leben gerufen. Sie soll Menschen ab 50, die bisher noch keinen Zugang zur digitalen Welt hatten, mit den Grundlagen der Computertechnik vertraut machen und ihnen damit Möglichkeiten der Weiterbildung und des lebenslangen Lernens eröffnen. Im Rahmen dieser kostenlosen Initiative werden Menschen ab 50 ohne Computererfahrung grundlegende Kenntnisse der Digitaltechnik vermittelt und Kurse zur Internet-Nutzung angeboten. In zwei- bzw. vierstündigen Seminaren lernen die Teilnehmer den Umgang mit der Touchscreen-Technik von Smartphones und Tablets und machen sich mit sozialen Netzen wie Skype und Facebook vertraut.

Vom 30. September 2013 bis zum 3. Juli 2014 wurde „Access to the Digital World" in der Gemeinde Ilioupoli angeboten. In 24 Kursen mit jeweils bis zu 20 Teilnehmern wurden Kenntnisse in Bereich der Computer- und Internet-Nutzung vermittelt. Die Kursteilnehmer kamen sechs Wochen lang zweimal wöchentlich für jeweils zwei Stunden zusammen. Insgesamt wurden 76 Unterrichtsstunden abgehalten, an denen 480 Seniorinnen und Senioren mit einem Durchschnittsalter von 64 Jahren teilnahmen. 2014 wurde „Access to the Digital World" auch auf die Gemeinde Agios Dimitrios ausgeweitet. Neben der finanziellen Förderung stellten OTE und COSMOTE die erforderliche Hardware und technische Unterstützung für die Initiative bereit.

IT-KURSE FÜR SENIOREN

AjTy („du auch") Senior, ein 2013 von T-Systems Slovakia und einer elektrotechnischen Schule in Košice ins Leben gerufenes Gemeinschaftsprojekt, bietet IT-Kurse für Senioren an. 2014 standen PC- und Internet-Nutzung im Mittelpunkt seines Kursangebots. Dabei ging es unter anderem darum, zu erklären, wofür man das Internet nutzen kann, wie man ein E-Mail-Konto einrichtet, Dokumente in MS Word verfasst, an einem Online-Chat teilnimmt und so weiter. Im Vergleich zum Vorjahr gab es 2014 mehr Teilnehmer, die Anzahl stieg von 16 auf 20 und die Zahl der freiwilligen Lehrkräfte von T-Systems Slovakia nahm von acht auf 22 zu. Zugleich wurde die Qualität der Kurse unter anderem durch neue Methoden der Kommunikation mit Teilnehmern und durch Bereitstellung von Lerninhalten nach Abschluss der Kurse erhöht.

Im Rahmen eines dualen Schulungsprogramms, das im zweiten Jahr in Folge in Zusammenarbeit mit derselben Schule veranstaltet wird, bieten Führungskräfte und IT-Experten von T-Systems Slovakia Kurse an, um die Teilnehmer angemessen auf die Herausforderungen des ICT-Sektors vorzubereiten. Die elf ehrenamtlichen Lehrkräfte des Unternehmens erteilten pro Semester insgesamt 198 Unterrichtsstunden in Klassen für 20 Senioren.

MEHR SICHERHEIT FÜR KINDER IM INTERNET (SHEEPLIVE.EU)

Das Projekt Sheeplive.eu (OVCE.sk) wurde 2009 von der Bürgerinitiative eSlovensko ins Leben gerufen, um Kindern und Jugendlichen praktische Hilfsmittel und Lösungen für den sicheren Umgang mit Handys und dem Internet an die Hand zu geben. Für kleinere Kinder

(zwei bis sechs Jahre) soll das Projekt zur Prävention dienen, Jugendlichen wird bei unangemessenem Verhalten im Internet auf witzige Weise ein Spiegel vorgehalten, und Erwachsene können ebenfalls Spaß mit dem Programm haben und daraus lernen. Das Projekt hat zwei Komponenten: zum einen die Zeichentrickserie Sheeplive und zum anderen das Internet-Portal Sheeplive.eu. Im Oktober 2013 wurde das Projekt auf dem „World Summit Award“ der UNO als eines der weltweit innovativsten E-Content-Produkte ausgezeichnet.

Sheeplive-Kampagne in Shops von Slovak Telekom
Kinder- und Jugendschutz im Internet und Mobilfunk ist für Slovak Telekom schon lange ein wichtiges Anliegen. Im Juni 2014 nahmen die meisten Shops des Unternehmens an einer Aufklärungskampagne zur Sicherheit in der Online-Welt teil. Mit Postern und einem TV-Werbespot wurden Eltern auf Angebote aufmerksam gemacht, die ihnen beim Schutz ihrer Kinder vor Gefahren im Internet helfen können. Die Kinder erhielten Malstifte, Aufkleber mit Figuren von Sheeplive.eu und ein kleines Malbuch mit vielen guten Ratschlägen. Das machte die Wartezeit für Kunden und ihre Kinder kurzweiliger und informierte sie gleichzeitig über wirksame Schutzmaßnahmen für Kinder im Internet und beim Mobilfunk.

Sheeplive.eu auf Tour
2014 besuchte Sheeplive.eu Kindergärten, Waisenhäuser (200 Kinder in den Sommerferien), den Strand von Magio (mit Workshops für Kinder in Tagescamps) und eine Roma-Siedlung in Kosice, wo Autoren des Sheeplive.eu-Buchs 100 Roma-Kindern im Rahmen einer Lesung wichtige Sicherheitstipps gaben. Den Ergebnissen einer Studie zufolge sind sozial schwächer gestellter Kinder am meisten gefährdet.

Abschließender Höhepunkt der Kampagne war die Buchpräsentation von Sheeplive.eu 02 im November 2014. Sheeplive.eu-Cartoons sind auch in einer Version für hör- und sehgeschädigte Kinder erhältlich. Die Serie erfreut sich zunehmender Beliebtheit und ist im auch Ausland sehr erfolgreich.

VERNETZT IN DER DIGITALEN WELT

Der Zugang zur digitalen Welt hängt zuallererst von technischen Voraussetzungen ab. Die Telekom leistet daher auch mit der Bereitstellung von technischer Infrastruktur und speziellen Tarifen beispielsweise für schwerbehinderte Menschen einen Beitrag zur Chancengleichheit.

INFRASTRUKTURPROJEKT „TELEKOM@SCHOOL“

Im Berichtsjahr haben wir unser Angebot von Internet-Anschlüssen für Schulen im Rahmen der Initiative „Telekom@School“ erweitert. Wir bieten den Schulen an, wo es technisch möglich ist bestehende Anschlüsse auf bis zu 16Mbit aufzurüsten. Ziel des Engagements ist, die Möglichkeit zu geben, im Unterricht mit digitalen Medien zu arbeiten, um so Chancen und Perspektiven neuer Technologien zu nutzen.

Bereits seit dem Jahr 2000 unterstützt die Telekom bundesweit alle 34000 allgemein- und berufsbildenden Schulen mit entgeltfreien Internet-Zugängen. 30000 dieser Bildungseinrichtungen verfügen mit DSL über einen Breitbandanschluss. Optional kann – bei entsprechender Verfügbarkeit – ein „Telekom@School“-Anschluss mit VDSL-Geschwindigkeit beauftragt werden.

UNTERSTÜTZENDE TECHNIK ZUR FÖRDERUNG DER DIGITALEN INKLUSION

Im Januar 2014 startete die Stiftung e-Macedonia in Zusammenarbeit mit der gemeinnützigen Organisation „Open the Windows“ das sechsmonatige Projekt „Computer – A Window to the World“, das Kindern und Menschen mit Behinderungen eine gleichberechtigte Teilhabe an der Informationsgesellschaft ermöglichen soll. Ziel war es, möglichst viele behinderte Menschen zur Nutzung von Computern und Online-Diensten zu befähigen. Menschen mit Behinderungen können häufig keine reguläre Computertechnik nutzen und werden auf diese Weise in allen Lebensbereichen von aktiver und erfolgreicher Teilhabe ausgeschlossen. Der erste Schritt bestand daher in der Beschaffung unterstützender Technik. Für diesen Zweck wurden von der Stiftung e-Macedonia 14 000 Euro gespendet.

SONDERTARIFE FÜR MENSCHEN MIT BEHINDERUNGEN

Im Rahmen der„hello holnap!“-Initiative erhalten Kunden mit Behinderungen Sondertarife und speziell auf ihre jeweiligen Umstände abgestimmte Nutzungsoptionen. So können beispielsweise Menschen mit Seh- oder Hörbehinderungen unter verschiedenen Lautstärken, Schriftgrößen und Datenpaketen wählen. Das Tarifangebot wurde speziell in Zusammenarbeit mit Fachvertretern entsprechender NGOs ausgearbeitet. Beteiligt waren der ungarische Verband der Gehörlosen und Hörgeschädigten (SINOSZ), der ungarische Behindertenverband (MEOSZ), der ungarische Blinden- und Sehbehindertenverband (MVGYOSZ), der ungarische Verband für Menschen mit geistigen Behinderungen (ÉFOÉSZ) und der ungarische Autismusverband (AOSZ).

Bisher machen 600 Kunden von einem der folgenden Vertragsangebote Gebrauch:

- hello holnap! Sprache und Daten (einschl. 100 Stunden kostenlos Telefonieren im Netz der Magyar Telekom und 1 GB Daten)
- hello holnap! SMS und Daten (einschl. 1000 SMS und 1 GB Daten)

Angeboten wurden außerdem entsprechende Prepaid-Tarife mit Preisnachlässen. Diese wurden bisher von 2200 Kunden in Anspruch genommen. Das komplette Angebotspaket wurde am 5. Mai 2014, dem Tag der Chancengleichheit, bei einem Runden Tisch mit Regierungsvertretern, Medien und Betroffenen vorgestellt.

GESTÄRKT FÜR DIE ZUKUNFT

Die Telekom engagiert sich gezielt dafür, dass junge Menschen gestärkt in ihre Zukunft blicken können und mehr Chancengleichheit entsteht. Dies gelingt auf unterschiedliche Weise. So bauenwir mit der „Ich kann was!"-Initiative Kompetenzen von sozial benachteiligten Jugendlichen auf und ermöglichen in unserem Projekt „Meine Chance, ich starte durch!" ebensolchen Jugendlichen eine Ausbildung.

In zahlreichen Projekten an Schulen und Universitäten fördern wir darüber hinaus gezielt die Fähigkeiten und die Berufsorientierung von Schülern und Studierenden. Auch indem wir weit über den eigenen Bedarf ausbilden, kommen wir unserer gesellschaftlichen Verantwortung nach. Wir unterstützen außerdem das soziale Engagement von jungen Menschen, beispielsweise im Rahmen unserer Hochschulkooperation „Enactus", einem Coaching-Angebot für studentische Sozialprojekte oder als Partner im Programm „Geh' deinen Weg" der Deutschlandstiftung Integration.

„ICH KANN WAS!"-INITIATIVE

Vom 20. bis 23. Juni 2014 feierte die von der Telekom ins Leben gerufene „Ich kann was!"-Initiative in Berlin ihr fünfjähriges Bestehen. Mit dabei waren mehr als 600Kinder, Jugendliche und Pädagogen aus ganz Deutschland. Die von der UN als Maßnahme der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung" ausgezeichnete Initiative unterstützt Projekte in der offenen Kinder- und Jugendarbeit, die in unterschiedlicher Weise Schlüsselkompetenzen für eine erfolgreiche Lebensgestaltung fördern. Im Jahr 2014 wurden 200 neue Projekte zum Motto „Gestärkt durchs Leben gehen" mit einem Fördervolumen von über 750 000 Euro unterstützt. In den vergangenen fünf Jahren erreichte die Initiative damit bereits mehr als 60000 Kinder und Jugendliche in mehr als 700 Projekten, das Fördervolumen beträgt bis heute rund vier Millionen Euro (Stand Ende 2014).

Den Auftakt der Feierlichkeiten bildete der jährliche „Ich kann was!"-Cup, bei dem rund 400teilnehmende Kinder und Jugendliche im Fußball gegeneinander antraten. Neben dem Tore-schießen spielen beim „Ich kann was!"-Cup auch das Verhalten der Spieler, Betreuer und Fans eine Rolle in der Bestimmung des Gewinners (Fairplay). Beim anschließenden „Ich kann was!"-Tag in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom boten Workshops und Projektpräsentationen einen Einblick in die Vielfalt der geförderten Projekte. Begleitet von Bandauftritten konnten Besucher auf dem Marktplatz beispielsweise ein Modell des Schiffs von Christoph Kolumbus bewundern, das Kinder und Jugendliche aus München-Hasenbergl in den vergangenen zwei Jahren originalgetreu für ihren Spielplatz nachgebaut hatten, einen selbst gebauten Solarkocher in Aktion sehen oder bei verschiedenen Workshops ihr Talent für Aktivitäten wie Capoeira oder Poetry Slam erproben.



MINT-FÖRDERUNG DURCH DIE DEUTSCHE TELEKOM STIFTUNG

Bundesweit fördert die Deutsche Telekom Stiftung zahlreiche Projekte im MINT-Bereich, um junge Menschen für eine entsprechende Berufswahl zu begeistern und ihre MINT-Kompetenzen auszubauen. Ein herausragendes Beispiel ist die 2005 gestartete Junior-Ingenieur-Akademie (JIA), mit der die Deutsche Telekom Stiftung Gymnasien und Gesamtschulen im gesamten Bundesgebiet dabei unterstützt, ein klassisches MINT-Profil zu entwickeln. Bis Ende 2014 waren bundesweit bereits 70 Schulen in das JIA-Netzwerk eingebunden. Insgesamt wurden seit Projektbeginn bereits rund 3500Schülerinnen und Schüler erreicht.

- **Mathe sicher können**

Mit dem 2010 gestarteten Verbundprojekt „Mathe sicher können" will die Deutsche Telekom Stiftung leistungsschwachen Schülern einen Zugang zur Mathematik eröffnen. Unter Koordination der TU Dortmund entwickelt, erprobt und verbreitet das Projektteam spezielle Unterrichtsmaterialien für Schüler der Sekundarstufe I. Das Deutsche Zentrum für Lehrerbildung Mathematik bietet außerdem bundesweit Fortbildungen zum Projekt an. Dabei arbeitet die Deutsche Telekom Stiftung bislang mit den Bundesländern Berlin, Brandenburg, Nordrhein-Westfalen und Schleswig-Holstein zusammen. Dort werden die Materialien verbreitet und deren Wirkung auf die Schüler wird evaluiert.

- **MINTeinander**

Das 2013 gestartete Projekt „MINTeinander" zielt darauf ab, MINT-Kompetenzen von der Kita bis zur Schule mit eigens entwickelten Lehrmaterialien zu vermitteln. Bundesweit arbeiten rund 135 Kitas, Grund- und weiterführende Schulen in 35 Netzwerken mit den von einem Expertenkreis an der Universität Münster entwickelten Materialien. Nach der erfolgreichen Einführung des Themas Magnetismus im Jahr 2014 werden aktuell Materialien zu den Themen Schwimmen & Sinken sowie Mechanik entwickelt.

- **Junior Science Café**

Wie viel Forschung steckt in einem Smartphone? Wie kommunizieren wir in 20Jahren? Im Projekt „Junior Science Café“ (JSC) der Deutschen Telekom Stiftung in Kooperation mit der Wirtschaftsinitiative „Wissenschaft im Dialog“ organisieren Schüler im Alter von 14 bis 18 Jahren Gesprächsrunden mit Experten, um sich mit ihnen in lockerer Atmosphäre über wissenschaftliche Fragestellungen auszutauschen. Die Eigeninitiative der Schüler steht dabei im Vordergrund: Sie wählen das Thema und die Experten, planen und moderieren die Gesprächsrunde und werden so an wissenschaftliche Themen herangeführt. Im Pilotprojekt 2014 wurden insgesamt drei Junior Science Cafés durchgeführt, dabei standen Fragen rund um die digitale Gesellschaft zur Debatte. Ab 2015 steht das Projekt weiterführenden Schulen in ganz Deutschland offen.

BERATUNG FÜR STUDENTISCHE SOZIALPROJEKTE: ENACTUS

Seit mehreren Jahren unterstützt das Center for Strategic Projects (CSP) der Telekom aktiv das internationale Studierendennetzwerk Enactus. Wir beraten die Studierendenteams unserer beiden Fokusuniversitäten – der Universität Wuppertal und der WHU Otto Beisheim School of Management – bei der Umsetzung eigener Projekte und Geschäftsideen im sozialen und ökologischen Bereich.

Das von uns gecoachte Team an der WHU Vallendar hat sein 2013 gestartetes Projekt im Berichtszeitraum weiter vorangetrieben. Es will Menschen mit Behinderungen eine bessere Chance auf dem Arbeitsmarkt ermöglichen, indem es eine soziale Einrichtung bei der Gründung eines Dienstleistungsbetriebs unterstützt, der diese Menschen in den Arbeitsmarkt vermittelt.

Das Projekt „Mumo Kidz“ des Enactus-Teams der Uni Wuppertal hat für eine Schule in Nairobi eine Online-Cloud als internes Organisationsinstrument eingerichtet, um bei den dort häufig vorkommenden Lehrerwechseln einen nahtlosen Übergang im Lehrstoff sicherzustellen. Unter dem Motto „Technik begeistert“ haben zudem über 40 engagierte Studenten der Universität Wuppertal gemeinsam mit dem CSP technische Ideen für die nachhaltige Unterstützung von Menschen in Not entwickelt.

“THE FIRST FIVE ARE MOST IMPORTANT”

Im Rahmen ihrer Partnerschaft haben das Kinderhilfswerk der Vereinten Nationen UNICEF und die Stiftung T-Mobile for Macedonia, das Projekt „The first five are most important“ im Berichtszeitraum fortgeführt. Es dient dem Ziel, das Bewusstsein der Menschen für die Bedeutung der kindlichen Früherziehung zu schärfen. Gerade in den ersten fünf Lebensjahren ist die kindliche Entwicklung besonders rasant. So ist erwiesen, dass Kinder, die an guten Vorschulprogrammen teilnehmen, später in der Schule und im Leben allgemein erfolgreicher sind. Aus diesem Grund sollen im Rahmen der gemeinsamen Initiative möglichst viele Zentren für frühkindliche Entwicklung eröffnet werden, damit sozial benachteiligte Kinder dieselben Startbedingungen ins Leben erhalten wie Gleichaltrige, die Kindergärten besuchen.

Die neuen Zentren für frühkindliche Entwicklung werden in erster Linie in ländlichen Gebieten eingerichtet, weil es dort weitaus weniger Kindergärten gibt als in Städten. Acht dieser Zentren sind bereits eröffnet worden und weitere acht sollen 2015/16 folgen. Die Stiftung T-Mobile for Macedonia trug 2014 mit einer ersten Bargeldspende in Höhe von 50 000 US-Dollar zur Finanzierung der neuen Zentren bei und stiftete außerdem einen Teil der Einnahmen, die mit dem Versand von SMS-Nachrichten zu Silvester erzielt wurden.

ENGAGEMENT@TELEKOM

Mit ihrem ehrenamtlichen Einsatz für die Gesellschaft sind unsere Beschäftigten Botschafter für unsere Werte. Sie drücken damit unsere Haltung gegenüber der Gesellschaft, in der wir leben, aus und stärken den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Neben dem Einsatz für die Gesellschaft fördert dieses eine positive Wahrnehmung der Telekom in ihrem Umfeld. Auch für die interne Personalentwicklung bringen Freiwilligeneinsätze vielfältige Vorteile. Sie stärken die Identifikation mit dem Unternehmen, erweitern die Perspektive des Einzelnen und haben positive Einflüsse auf die Sozialkompetenz und den Teamzusammenhalt.

Wir geben unseren Beschäftigten daher vielfältige Gelegenheit, sich ehrenamtlich in sozialen Projekten zu engagieren – vorzugsweise mit Fokus auf der Förderung der Medienkompetenz. Auch damit tragen wir dazu bei, das Leben der Menschen nachhaltig zu vereinfachen und zu bereichern.

MANAGEMENTANSATZ (ENGAGEMENT@TELEKOM)

Unser Programm „engagement@telekom“ zum gesellschaftlichen Engagement beruht auf zwei Säulen:

- Corporate Volunteering (Unterstützung unserer Mitarbeiter in ihrem gesellschaftlichen Engagement) & Corporate Giving (unsere Spendentätigkeit)

- Partnerschaftliches Engagement (die Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen im Rahmen langfristiger Partnerschaften)



Bei unserem Engagement arbeiten wir konzernweit eng zusammen und tauschen länderübergreifend Erfahrungen und Best Practices aus. Den Erfolg unseres gesellschaftlichen Engagements messen wir über unseren ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement“.

An zahlreichen Social Days bieten wir unseren Beschäftigten die Möglichkeit, sich für soziale Projekte oder im Umweltschutz zu engagieren – oft im Rahmen unserer langjährigen Partnerschaften mit gemeinnützigen Organisationen. Einen Schwerpunkt legen wir dabei auf Projekte zur Förderung der digitalen Bildung, in die wir unsere Kernkompetenzen besonders gut einbringen können. Corporate Volunteering ist außerdem ein wichtiger Bestandteil unserer Aus- und Weiterbildungsprogramme. Durch den Konzernwettbewerb „Verantwortung gewinnt!“ erfährt das Engagement unserer Auszubildenden eine besondere Wertschätzung.

Mit unseren Unternehmensspenden (Corporate Giving) unterstützen wir weltweit die Arbeit von Hilfsorganisationen – vorzugsweise in langjährigen Partnerschaften – und leisten schnelle Hilfe in Katastrophensituationen. Zum Beispiel verbindet uns eine bereits elfjährige Kooperation mit Aktion Deutschland Hilft. Die Konzern-Spendenrichtlinie gibt den Rahmen für unsere Aktivitäten vor. Sie befindet sich derzeit im internationalen Umsetzungsprozess und wird nach jeweiligen nationalen Gegebenheiten, wie dem Steuerrecht, adaptiert.

WETTBEWERB „VERANTWORTUNG GEWINNT!“

Die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung ist ein wichtiger Bestandteil der Ausbildung bei der Telekom. Mit unserem jährlichen internen Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“ fördern und wertschätzen wir das Engagement unserer Auszubildenden und dual Studierenden. Auch im Jahr 2014 haben sich wieder viele von ihnen in 40 Projekten in ganz Deutschland engagiert, die besonders herausragenden Projekte wurden im Rahmen einer Preisverleihung ausgelobt.

AKTION DEUTSCHLAND HILFT – HILFE IM KATASTROPHENFALL

Im elften Jahr unserer erfolgreichen Kooperation mit der „Aktion Deutschland Hilft“ leistete die Deutsche Telekom in zwei Fällen Soforthilfe, jeweils unterstützt von Spendenaktionen unserer Beschäftigten. Im Oktober 2014 spendeten wir 50 000 Euro für den Kampf gegen die Ebola-Epidemie in Westafrika – verbunden mit einem Aufruf an unsere Beschäftigten, unserem Beispiel zu folgen. Mit weiteren 50 000 Euro unterstützten wir die von den Überschwemmungen in weiten Teilen von Bosnien-Herzegowina, Serbien und Kroatien Betroffenen. Im Mai 2014 hatten dort die stärksten Regenfälle seit 120 Jahren schwere Verwüstungen angerichtet; rund 60 Menschen starben, mehr als 100 000 Häuser wurden zerstört. Die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom stellte den Betroffenen außerdem gemeinsam mit anderen Telefonanbietern aus der Region kostenlose Telefonie, SMS-Dienste und Internet-Zugänge zur Verfügung. Auch andere osteuropäische Landesgesellschaften wie die montenegrinische Crnogorski Telekom, Cosmote in Rumänien und die Makedonski Telekom (Mazedonien) engagierten sich mit Spendenaktionen.

Einen beträchtlichen Teil ihres Spendenetats setzt die Aktion Deutschland Hilft zudem für die Katastrophenvorsorge ein – ein Feld,

in dem die Telekom sich seit 2014 stärker engagiert: So fördern wir Schulungsprojekte zum Verhalten im Katastrophenfall für Menschen auf den Philippinen und in Indonesien, das von zwei Mitgliedsorganisationen von Aktion Deutschland Hilft geleitet werden. Dieses berücksichtigt insbesondere gefährdete Bevölkerungsgruppen wie Kinder und Menschen mit Behinderungen und beinhaltet auch die entsprechende Ausbildung von Lehrern und die Behandlung des Themas im Grundschulunterricht. Noch umfassender ist das Projekt des Aktionsbündnisses auf Haiti, das die Telekom auch 2014 unterstützt hat. Neben der Ausbildung von Soforthilfeteams für den Katastrophenfall schulten die beiden Hilfsorganisationen dort lokale Handwerker im Bau von seniorengerechten und katastrophenresistenten Häusern und bauten entsprechende Modellhäuser. Zusätzlich wurde die lokale Bevölkerung beim Anlegen von Haus- und Schulgärten unterstützt, um die Ernährung zu verbessern.

20 JAHRE DKMS, 10 000 TYPISIERUNGEN, 100 LEBENSCHANCEN

2014 war ein besonderes Jahr für die Kooperation zwischen der Deutschen Telekom und der DKMS (Deutsche Knochenmarkspenderdatei): Zum 20-jährigen Jubiläum konnten wir unser Ziel von 10000 typisierten Telekom-Beschäftigten erreichen. Dazu führten wir 2014 noch einmal mehr als 70 Typisierungsaktionen durch. Seit Beginn der Kooperation konnten mehr als 100 Telekom-Beschäftigte aus der DKMS-Spenderdatei dank eines passenden Profils als Stammzellspender gewonnen werden. Durch ihre Bereitschaft, Stammzellen zu spenden, schenkte jeder einzelne von ihnen einem Blutkrebspatienten die Chance auf ein neues Leben.

Wie auch in den Jahren zuvor wurden im Dezember 2014 Beschäftigte, die in diesem Jahr Stammzellen oder Knochenmark gespendet hatten, im Rahmen einer offiziellen Veranstaltung geehrt. Die Geschäftsführerin der DKMS Sandra Bothur sowie Dietmar Welslau, Geschäftsführer Personal der Telekom, dankten den insgesamt 20Telekom-Beschäftigten für ihr Engagement.

GEMEINSAM SIND WIR STÄRKER

Im neunten Jahr in Folge veranstaltete T-HT Hrvatski Telekom den erfolgreichen Wettbewerb „Together we are stronger“ zur Unterstützung wohltätiger Zwecke und gemeinnütziger Projekte, die das Leben der Menschen bereichern und die gesellschaftliche Weiterentwicklung fördern sollen. Im Rahmen dieser Initiative hat T-HT Hrvatski Telekom mit Spenden in Höhe von insgesamt mehr als 7 Millionen HRK (ca. 910 000 Euro) bereits zur Verwirklichung von 220 Projekten beigetragen. Die Projekte stammten aus Bereichen wie Kinder- und Jugendbildung, Gesundheitswesen, Senioren- und Krankenpflege, humanitäre Arbeit und Ökologie.

Der Spendenfonds für 2014 belief sich auf 495 000 HRK (etwa 64 350 Euro) und war wieder für Organisationen und Einrichtungen vorgesehen, die sich für wichtige lokale Anliegen einsetzen. Der Wettbewerb lief von Juni bis November 2014 und umfasste folgende Kategorien:

- Technologie und Kommunikation: Projekte im Zusammenhang mit der Nutzung moderner Technologien im Privat- und Berufsleben
- Bildung und Digitalisierung: Projekte zur Verbesserung der Lebensqualität und zur Förderung von Inklusion und Chancengleichheit für alle
- Umwelt und Fortschritt: Projekte zum Schutz der Umwelt

2014 bewarben sich 456 Projekte für eine Teilnahme am Wettbewerb. Im Ergebnis erhielten neun gemeinnützige Organisationen aus verschiedensten Bereichen eine finanzielle Unterstützung. Die Ergebnisse ihrer Arbeit werden geprüft und veröffentlicht. Über alle Phasen des Wettbewerbs und natürlich über die Gewinner wurde ausführlich in den Medien berichtet.

WAR CHILD

Als Partner und Sponsor der gemeinnützigen Organisation War Child unterstützt T-Mobile Netherlands Bildungsinitiativen für Kinder in Kriegsgebieten. Dies erfolgt mit Hilfe finanzieller Zuschüsse, kostenloser Beratungsleistungen und Spendenaktionen von Mitarbeitern.

Mit etwa 1000 teilnehmenden Mitarbeitern, der Unterstützung von rund 30 000 Kindern und Rekordeinnahmen in Höhe von fast 500 000 Euro war 2014 das bisher erfolgreichste Jahr unseres Engagements für War Child.

War Child setzt sich besonders für Kinder in folgenden Krisenregionen ein:

Sudan und Südsudan:
Für die Kinder in diesen beiden durch 38 Jahre Bürgerkrieg, Massenflucht und Vertreibung zerrütteten Ländern sind Schulen oft unerreichbar. Mit der Unterstützung von T-Mobile ermöglicht War Child Kindern im Sudan und Südsudan über T-Mobile Connect, ein Unterrichts- und eLearning-Projekt, Zugang zu Schulbildung zu erhalten. Im Jahr 2014 wurde in der Region ein zweites Pilotprojekt duchgeführt, an dem 600 Kinder teilnahmen. Die Initiative im Sudan wurde von der UNICEF im Rahmen des Programms „Innovation for Education“ als eines von weltweit nur 14 Leuchtturmprojekten ausgewählt.

Libanon und der Krieg in Syrien
Rund 1,5 Millionen syrische Kinder sind vor dem syrischen Bürgerkrieg in Nachbarländer wie den Libanon, die Türkei oder Jordanien geflohen. Seit Beginn des Konflikts sind syrische Kinder heftigen Kampfhandlungen ausgesetzt, werden illegal gefangen gehalten und sexuell missbraucht. War Child hat bis jetzt 20 „sichere Häfen“ für syrische Flüchtlingskinder eingerichtet und dort im Berichtsjahr 80 000 syrischen Kindern psychosoziale Hilfe zukommen lassen. Dabei werden auch Eltern und Betreuer miteinbezogen. Ein Großteil der 2014 von T-Mobile Netherlands gesammelten Spenden geht in den Libanon.

KULTUR- & SPORTSPONSORING

Kultur und Sport sind zwei Bereiche, aus denen die Gesellschaft Freude und Inspiration schöpft und sich kontinuierlich erneuert. Sie inspirieren viele Menschen, schaffen Zusammenhalt und ermöglichen Verständigung über kulturelle und politische Grenzen hinweg. Für uns als internationalen Konzern ist das Kultur- und Sportsponsoring daher ein weiterer Bestandteil unserer gesellschaftlichen Verantwortung.

MANAGEMENTANSATZ (KULTUR- UND SPORTSPONSORING)

Die Deutsche Telekom fördert konzernweit die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten. In Deutschland zählt sie zu den größten Sponsoren für Sport und Kultur. Neben finanziellen Zuwendungen nutzen wir unsere Erfahrung in der Kommunikation und Vermarktung, um Künstler, Sportler, Veranstalter und Vereine zu unterstützen. Dabei spielt auch das regionale Engagement an unseren Standorten eine wichtige Rolle.

Musiksponsoring hat bei der Deutschen Telekom Tradition und ist wichtiger Bestandteil ihrer Markenkommunikation. Ziel ist es, möglichst vielen Menschen einen Zugang zu einem kulturellen Angebot zu ermöglichen und sie über den kulturellen Austausch miteinander ins Gespräch zu bringen. Unser Förderschwerpunkt liegt auf Veranstaltungen wie dem Beethovenfest und der „International Telekom Beethoven Competition Bonn“, die jungen Pianisten aus aller Welt Karrierechancen bietet.

Die Deutsche Telekom fördert den Leistungs- und Breitensport gleichermaßen. Den Schwerpunkt ihres Sportsponsorings bilden Partnerschaften im Fußball mit dem Deutschen Fußball-Bund, dem FC Bayern München und weiteren Bundesligisten. Zudem richtet die Telekom ihr Augenmerk auf die gesellschaftlichen Aspekte des Sports. Gefördert werden Sporthilfe-Athleten, Breiten- und Schulsportprojekte sowie Sportler mit Behinderungen. Akzente setzen wir auch am Konzernstandort Bonn mit der Unterstützung der Telekom Baskets Bonn und dem Bonn Marathon. Zudem ermuntern wir Beschäftigte, am jährlichen Traditionslauf der Stadt und am Gesundheitslaufprogramm „Fit durch den Winter“ teilzunehmen.

SPORTBEGEISTERUNG FÖRDERN MIT DEN TELEKOM BASKETS

Ticketaktion für Europapokalspiele der Telekom Baskets

National und international hochklassiger Basketball mit jungem Publikum – die Bundesliga- und Eurocup-Heimspiele der Telekom Baskets waren auch in der Saison 2014/15 wieder ein sportlicher Höhepunkt. Im Vorfeld hatte die Telekom bereits zum siebten Mal die Ticketaktion „Tix for Kids“ gestartet. Alle Bonner Schulen waren aufgerufen, sich daran zu beteiligen. Zu jedem Heimspiel wurden zwei Klassensätze Tickets (2x30) verlost. Außerdem forderten die Telekom Baskets Bonn große, mittlere und kleine Unternehmen auf, Ticketpatenschaften für den Eurocup 2014/15 für Heime, Schulklassen, Vereinsmannschaften oder Behindertenwerkstätten zu übernehmen. Die Telekom beteiligte sich außerdem selbst an der Aktion und spendete zusätzlich 60 Tickets für das Kinder- und Jugendheim „Maria im Walde“.

Training mit den Telekom Baskets: Baskets@school

In der Aktion „Baskets@school“ boten wir Schülern ab der Klassenstufe fünf die Gelegenheit, Basketballunterricht einmal anders zu erleben. Im Schuljahr 2014/15 luden wir erstmals Schulklassen aus der Region Bonn und dem Rhein-Sieg-Kreis ein, sich dafür zu bewerben. Sechs Spieler und der Trainer der Telekom Baskets Bonn gingen anschließend in die Gewinnerklassen und führten die Schüler in die Basketball-Welt ein, insgesamt sollen sechs Klassen besucht werden. Im Anschluss an das Training erhielt jeder Schüler ein T-Shirt der Telekom Baskets und gegebenenfalls ein Autogramm.

FUSSBALL-INITIATIVE „ANSTOSS!“

Neue Erfahrungen erlebbar machen und den Nachwuchs fördern – diese Ziele verfolgt „ANSTOSS!– die Telekom Fußball Initiative“. Mit dem breit angelegten Projekt unterstützt die Deutsche Telekom den Fußball in den Bereichen Amateur- und Freizeitsport, Nachwuchsarbeit und Behindertensport.

Initiative „Neue Sporterfahrung“

Ein Schwerpunkt des Programms ist die Initiative „Neue Sporterfahrung“ in Kooperation mit dem Deutschen Behindertensportverband, dem Deutschen Fußball-Bund und der DFB-Stiftung Sepp Herberger, die 2014 ihr fünfjähriges Bestehen feierte. Die „Neue Sporterfahrung“ ermöglicht es jungen Menschen, angeleitet von Spielern der Blindenfußball-Bundesliga, diese Sportart selbst auszuprobieren. Dabei können sie nicht nur ein Gefühl für die Lebenswelt behinderter Menschen entwickeln, sondern auch Koordination, Orientierung im Raum, Ballgefühl und Hörsinn trainieren.

Seit dem Start der Initiative erreichte sie bereits mehr als 85 000 junge Menschen in mehr als 500 Bildungs- und Sporteinrichtungen in ganz Deutschland. 2014 führte die Neue Sporterfahrung allein in Fußballvereinen über 70 Trainingseinheiten durch.

Die Telekom und der Behindertensportverband haben gemeinsam Unterrichts- und Lehrmaterialien für weiterführende Schulen aufbereitet, die seit März 2014 auf der Telekom-Homepage kostenlos zum Download bereitstehen. Die Materialien mit dem Titel „Leistungsstark mit Handicap“ bieten einen Überblick über die Vielschichtigkeit an Behinderungsarten und geben Einblicke in den Alltag von Betroffenen. Die Schüler sollen lernen, auf Menschen mit Handicap zuzugehen und sie als Mitglieder unserer Gesellschaft zu akzeptieren.

„Stollenstrolche“
Im September 2014 feierte die Telekom das einjährige Jubiläum der Aktion „Stollenstrolche – Deutschlands tollste Kindertore“. Dabei wird in jedem Monat die jeweils außergewöhnlichste Torszene im Amateur-Nachwuchsfußball mit 1000Euro für die Mannschaftskasse prämiert. Eltern, Verwandte oder Freunde der Spieler können hierzu Videos einsenden und nach Auswahl der Top-Five-Tore durch die Stollenstrolche-Jury per Online-Voting über das schönste Tor des Monats abstimmen. Seit Herbst 2014 führt die Telekom unter dem Dach der Initiative Stollenstrolche gezielt professionelle Fußballtrainingscamps durch. Nachwuchskicker bis zwölf Jahre erleben ein spannendes Fußballtraining unter Anleitung ehemaliger Fußballprofis, während die Kinder- und Jugendtrainer der Vereine ein exklusives Trainer-Coaching mit theoretischen und praktischen Elementen erhalten.

Neues Web-TV-Format „Frag‘ den Buschi“
Mit „Frag den Buschi“ startete die Telekom 2014 ein neues Videoformat in der Rubrik „Stollenstrolche“. Zu einem aktuellen Monatsthema wie „Brasilien sucht den neuen Fußball-Weltmeister“ können Kinder dort Fragen einreichen. Die ernsthaftesten, lustigsten und verrücktesten werden am Ende des Monats von Moderator „Buschi“ (Frank Buschmann) in einem Video beantwortet – für Kinder verständlich und auf unterhaltsame Weise.

FIT DURCH DEN WINTER

Seit 2005 unterstützt die Telekom den Bonn Marathon und verbindet dieses Engagement mit dem bundesweiten Präventionsangebot „Fit durch den Winter“. Das Programm bietet Telekom-Beschäftigten mit und ohne Lauferfahrung die Möglichkeit, sich ab November im Rahmen eines kompetenten Lauftrainings auf die Teilnahme am Bonn Marathon im April oder andere Volks- und Firmenläufe vorzubereiten.

Bundesweit trainieren Laufgruppen in verschiedenen Leistungsstärken mindestens einmal pro Woche; ab 40 Teilnehmern können diese bei Bedarf durch einen externen Trainer begleitet werden. Ein individueller Trainingsplan sowie Begleitveranstaltungen runden das Programm ab. 2014 nahmen mehr als 2000Beschäftigte aus ganz Deutschland an den Trainings teil, rund 700 starten anschließend beim Bonn Marathon. Neben den eigenen Beschäftigten schickte die Telekom auch 2014 wieder die Sporthilfe-Telekom-Staffel, diesmal mit Olympiasieger und Weltmeister Eric Frenzel, ins Rennen. Die gemeinsame Staffel zeigt die Partnerschaft zwischen Telekom und Sporthilfe und will für die Unterstützung von Sporthilfe-Athleten zu werben, damit diese sich noch intensiver auf Wettkämpfe vorbereiten können.

BESONDERE KONZERTERLEBNISSE BEIM BEETHOVENFEST UND JAZZFEST

Beethovenfest Bonn
Im September und Oktober 2014 war die Telekom erneut Hauptsponsor beim Bonner Beethovenfest. In diesem Rahmen sponserte sie drei Konzerte der besonderen Art: zunächst eines mit dem vielfältigen Bläserseptett Mnozil Brass, anschließend The Brandt Brauer Frick Ensemble, das Elektro-Musik auf klassischen Instrumenten wie Geige, Harfe und Klavier spielte, und zum Abschluss ein Konzert mit einem der letztjährigen Preisträger der International Telekom Beethoven Competition, dem australischen Nachwuchspianisten Stefan Cassomenos. Das Experimentalkonzert mit dem Brandt Brauer Frick Ensemble wurde von Bonner Oberstufenschülern im Rahmen der ebenfalls von der Telekom unterstützten Initiative „Schülermanager beim jungen Beethovenfest“ eigenverantwortlich organisiert. Dieses Projekt ermöglicht es jährlich einer Schülergruppe, neue Erfahrungen und Kenntnisse bei einer lebensechten Herausforderung zu sammeln und Kontakte zu knüpfen.

Jazzfest Bonn
Die Deutsche Telekom engagierte sich im Mai 2014 auch beim Jazzfest Bonn erneut als Hauptsponsor und unterstreicht mit ihrem kulturellen und gesellschaftlichen Engagement die Verbundenheit zum Konzernstandort und zur Region. In diesem Rahmen präsentierte die Telekom zwei Konzerte, darunter das Highlight des Jazzfestes: Unter dem Motto Jazzfest Bonn meets Electronic Beats gastierte der legendäre Saxofonist Wayne Shorter mit seinem Quartett im Telekom Forum.

ERFOLGREICHE PARTNERSCHAFT MIT JUNGEM THEATER BONN

Die seit 2004 bestehende Kooperation der Telekom mit dem Jungen Theater Bonn wurde 2014 um weitere drei Jahre verlängert. Dieses hat sich in den letzten zehn Jahren zum bestbesuchten Kinder- und Jugendtheater Deutschlands entwickelt, mit mehr als 138 000 Besuchern allein in der Spielzeit 2014. Im Rahmen der Partnerschaft wird für alle Nachmittags- und Abendveranstaltungen eine besonders ermäßigte Preiskategorie für Kinder, Jugendliche und Familien eingeführt: das „Telekom 4 € Ticket“. Zusätzlich stellt die Telekom jährlich rund 700 „Telekom Sozialtickets“ für sozial- und bildungsbenachteiligte Kinder und Jugendliche zur Verfügung. 2015 startet das Junge Theater Bonn ein von der Telekom gesponsertes medienpädagogisches Schulprojekt, das Kinder im Grundschulalter zu einer spielerischen und kreativen Auseinandersetzung mit Internet, Handy, sozialen Netzwerken und Datensicherheit anregen soll.

SPONSORING EINER AUSSTELLUNG DES ARCHÄOLOGISCHEN NATIONALMUSEUMS UND VON ARCHÄOLOGISCHEN GRABUNGEN UNTER WASSER

OTE und COSMOTE waren Sponsoren einer Ausstellung des Archäologischen Nationalmuseums mit dem Titel „Das Schiffswrack von Antikythera: Das Schiff, die Schätze, der Mechanismus“, die 2012 eröffnet wurde. Diese Ausstellung zeigte zum ersten Mal fast alle der Fundstücke, die von Schwammtauchern um 1900 aus dem antiken Schiffswrack geborgen wurden.

Hauptziel dieses Kultursponsorings ist es, kulturellen Einrichtungen in Griechenland hochmoderne technische Infrastruktur, Dienste und Know-how bereitzustellen, um zur Bewahrung und Pflege des berühmten Kulturerbes des Landes beizutragen.

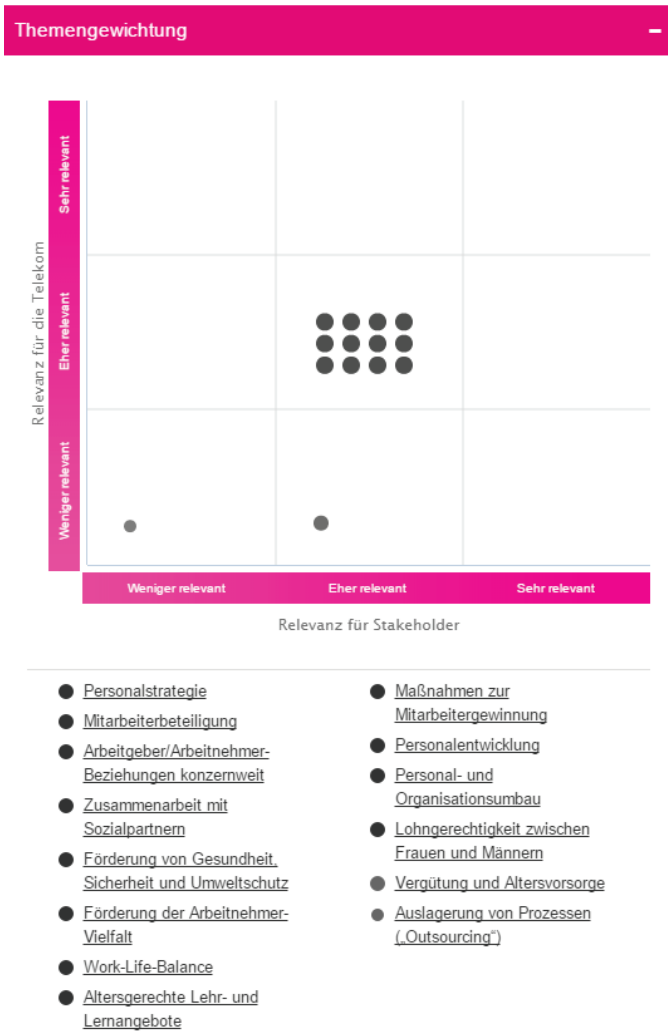
Die beiden Unternehmen unterstützten außerdem archäologische Ausgrabungen im Meer vor der Küste Antikytheras, die im September und Oktober 2014 stattfanden. Durchgeführt wurden sie von einem Team internationaler Wissenschaftler des griechischen Kulturministeriums und des US-amerikanischen Woods Hole Oceanographic Institute. OTE und COSMOTE stellten unterbrechungsfreie Kommunikationsdienste innerhalb und außerhalb Griechenlands bereit, um die Telekommunikations- und PR-Anforderungen des Teams zu erfüllen, und statteten die Insel Antikythera mit einer modernen Telekommunikationsinfrastruktur aus.

BESCHÄFTIGTE

Für die fachliche und persönliche Entwicklung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter haben wir 2014 allein in Deutschland in 470 000 Weiterbildungstage durchgeführt.

Unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter machen uns im internationalen Wettbewerb erfolgreich. Deshalb schaffen wir Entwicklungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten, fördern Individualität und betreiben ein systematisches Gesundheitsmanagement. Wir achten die Anliegen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und ermöglichen ihnen, sich mit ihren persönlichen Stärken einzubringen.

Wir legen großen Wert darauf, unsere Stakeholder in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für sie und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):



ZUKUNFTSWEISENDE ARBEITSWELT

Für das Jahr 2014 haben wir fünf Schwerpunkte für unsere Personalarbeit gesetzt, mit denen wir unser HR-Leitbild konkretisieren: die „HR Big 5".

HR Big 1 – Total Workforce geschäftsorientiert gestalten.
Eines der wichtigsten Themen heute und auch in den nächsten Jahren ist der Wandel des Konzerns und die Anpassung an neue Geschäftsmodelle, die wir durch unsere Transformationsprogramme wesentlich unterstützen. Mit diesen Programmen passen wir den Personalbestand an die mittelfristige Geschäftsplanung an. In Wachstumsfeldern, in denen neue Arbeitsplätze entstanden sind, haben wir zudem in Deutschland unsere HR-Initiative „intern vor extern" erfolgreich umgesetzt, mit der wir bei Stellenbesetzungsprozessen internen Bewerbern den Vorzug geben.

HR Big 2 – Führungskompetenz und Leistungsorientierung ausbauen.
Die Kompetenzen unserer Führungskräfte und die Leistungsorientierung unserer Beschäftigten sind für uns zwei wesentliche Erfolgsfaktoren im globalen Wettbewerb. Daher haben wir unser Führungsmodell neu ausgerichtet und einheitliche, konzernweit gültige Führungsgrundsätze etabliert. Sie adressieren insbesondere die Themen Zusammen-arbeit („collaborate"), Innovation („innovate") und Leistungsförderung („empower to perform"). Diese Aktivitäten bündeln wir in unserer HR-Initiative „Lead to win".

HR Big 3 – Beschäftigungsfähigkeit der Belegschaft fördern.
Zur Umsetzung dieses strategischen Schwerpunkts tragen insbesondere folgende Initiativen bei:

„Education 3.0" ist darauf ausgerichtet, das Know-how unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auszubauen und Qualifizierung in Richtung der zukünftig stark nachgefragten Kompetenzen voranzutreiben. Mit unseren Diversity-Maßnahmen unterstützen wir die unterschiedlichen Aspekte von Vielfalt im Konzern, von der Erhöhung der Frauenquote über die Förderung von Internationalität bis hin zu unserem ganzheitlichen „Demografie- und Work-Life-Management".

HR Big 4 – Umsetzungsfähigkeit im Unternehmen erhöhen.
Steigende Arbeitsmengen und eine immer stärkere inhaltliche Differenzierung lassen die Anforderungen an unsere Beschäftigten stetig steigen. Wir unterstützen unsere Beschäftigten dabei, sich schnell auf veränderte Anforderungen einstellen zu können. Moderne Arbeitsplätze, Arbeitszeitmodelle und Arbeitsformen bilden hierbei den Rahmen für unser Konzept der flexiblen Arbeitswelten.

HR Big 5 – HR-Produkte einfach umsetzen.
In unserem fünften Schwerpunkt geht es darum, die Effizienz unserer HR-Bereiche zu erhöhen und die HR-Produkte und -Services fortlaufend entlang der Geschäftsbedarfe auszurichten. Darüber hinaus wollen wir die für HR-Prozesse genutzte IT weiter harmonisieren, vereinfachen und integrieren.

„FUTURE WORK" UNTERSTÜTZT MODERNE ARBEITSFORMEN

Mit dem Konzernprogramm „Future Work" wollen wir zukunftsweisende Arbeitswelten schaffen, die ein kommunikatives und leistungsorientiertes Arbeitsklima, Innovationsvielfalt sowie Agilität fördern. Wir wollen den Kulturwandel von der Präsenz- hin zu einer Ergebniskultur. Dieser Anspruch soll auch durch die Gestaltung von modernen Arbeitswelten unterstützt werden: Offene Büros und die Möglichkeit, sich Arbeitsplätze flexibel zu teilen („Desk-Sharing"), unterstützen die bereichsübergreifende Zusammenarbeit und geben den Beschäftigten mehr Flexibilität bei der Organisation ihrer täglichen Arbeit. Nach einer im Jahr 2013 begonnenen Pilotphase beschloss der Vorstand der Deutschen Telekom im September 2014 die konzernweite Einführung von „Future Work".

„Future Work" bei T-Systems München
Ein erfolgreiches „Future Work"-Projekt startete im Juni 2014 bei T-Systems München. Dazu wurde am Standort Dachauer Straße eine moderne Büroumgebung mit rund 100Desk-Sharing-Arbeitsplätzen sowie unterschiedlichen Sonderarbeitsbereichen wie Kreativinseln und Rückzugsräumen geschaffen. Bis zu 180 Beschäftigte erprobten hier gemeinsam verschiedene moderne Arbeitsformen. Die Projektteilnehmer äußerten sich durchweg zufrieden, auch die positiven Auswirkungen flexibler Arbeitsstrukturen auf die Work-Life-Balance und die Motivation wurden bestätigt. Die konzernweit anvisierte Desk-Sharing-Quote von 1 zu 1,3, das sind zehn Arbeitsplätze für 13 Beschäftigte, konnte deutlich übertroffen werden – ein gutes Signal für künftige „Future Work"-Projekte.

MIT MODERNEN BILDUNGSFORMATEN ZU MEHR INNOVATION UND CO-CREATION

Die Telekom will die länder- und bereichsübergreifende Zusammenarbeit in virtuellen Teams fördern und den Wissensaustausch, den Unternehmergeist und die Innovationskraft ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärken. Von April bis Juni 2014 luden wir unsere Beschäftigten zum konzernweiten Massive Open Online Course (MOOC) ein. Mehr als 3600Beschäftigte aus 27Ländern registrierten sich für den Kurs zum Thema „Teile deinen Unternehmergeist", den wir in Kooperation mit der Leuphana Universität Lüneburg durchführten. In 140 interdisziplinären, internationalen Teams wurden Ideen zu neuen Produkten und Services für künftige Kundenbedürfnisse in einer zunehmend digitalisierten Welt entwickelt; die Prototypen wurden von Teilnehmern wie

auch ausgewählten Externen durch Feedback und Diskussionsbeiträge im Online-Forum bewertet. Am Ende des Kurses sind 100 innovative Ideen entstanden – von der Weiterentwicklung der alten Telefonzellen zur Ladestationen für eCars, eBikes und smart devices, über einen App- und Cloud-Übersetzungsservice für Hör- und Sprachgeschädigte bis zum digitalen Modeberater.

Das innovative Bildungsangebot dient nicht nur der persönlichen Weiterentwicklung, sondern stärkt auch eine auf Zusammenarbeit und Teilhabe ausgerichtete Unternehmenskultur. Auch die messbare Bilanz ist positiv: 72 Prozent der Teilnehmer beendeten den ersten Corporate MOOC der Telekom erfolgreich; so gut wie alle (98 Prozent) gaben an, gern erneut an einem MOOC teilnehmen zu wollen.

VERANTWORTUNGSVOLLER ARBEITGEBER

Kooperative, auf Mitbestimmung und Fairness ausgerichtete Beziehungen zu unseren Beschäftigten sind eine wichtige Basis für Motivation und Leistungsbereitschaft und tragen wesentlich zu unserer Arbeitgeberattraktivität und der Mitarbeiterbindung bei. Dies ist entscheidend, um die langfristige Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns zu sichern.

MANAGEMENTANSATZ

Als verantwortungsvoller Arbeitgeber pflegen wir im gesamten Konzern vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, zu Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretern. In diesem Rahmen führen wir einen intensiven Dialog mit unseren Sozialpartnern. Im deutschen Konzern sind dies die Betriebsräte, die Gesamtbetriebsräte, der Konzernbetriebsrat und die Konzernschwerbehindertenvertretung, auf europäischer Ebene der Europäische Betriebsrat. Mit allen drei Gremien pflegen wir konstruktive und vertrauensvolle Beziehungen.

Faire Vergütung und weitere betriebliche Leistungen

Wir bieten unseren Beschäftigten eine faire Entlohnung, die sich an Standardgehältern des jeweiligen nationalen Arbeitsmarkts orientiert und die Leistung von Männer und Frauen gleichberechtigt und diskriminierungsfrei honoriert. Die Führungskräfte der Deutschen Telekom honorieren wir gemäß der konzernweit gültigen „Global Compensation Guideline“. Darüber hinaus bieten wir unseren Beschäftigten weitergehende Leistungen wie zum Beispiel die betriebliche Altersvorsorge. Die Wirksamkeit unserer Vergütungsinstrumente prüfen wir zum Beispiel über Mitarbeiterinterviews.

Sozialverträglicher Personalumbau

Ein zentrales Thema der vergangenen und der kommenden Jahre ist die Umstrukturierung des Konzerns, mit der wir unsere langfristige Zukunftsfähigkeit sichern. Damit verbunden ist ein komplexer Personalumbau. Die Telekom steht für einen sozialverträglichen Personalumbau mit weitreichender Unterstützung unserer Beschäftigten. Grundlage dafür ist unser „integrierter Planungs- und Führungsprozess“, dessen Umsetzungsschritte vom Gesamtvorstand jährlich geprüft und verabschiedet werden. Unsere Fortschritte beim sozialverträglichen Um- und Abbau von Personal dokumentieren wir in unserem monatlichen Konzernreporting.

ÜBERPRÜFUNG DER UMSETZUNG DER EMPLOYEE RELATIONS POLICY

In verschiedenen Landesgesellschaften führen wir zur Umsetzung der Konzernrichtlinie zu Employee Relations („Employee Relations Policy“) spezielle Begutachtungsprozesse, sogenannte Reviews, zur Einschätzung der Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Beziehungen und menschenrechtsbezogener Risiken unserer Geschäftstätigkeit durch. Im Jahr 2014 wurde die Umsetzung der Employee Relations Policy in den Tochtergesellschaften in Mexiko, Rumänien und Großbritannien vor Ort überprüft und entsprechende Analysen erstellt. Die Ergebnisse der Analysen veröffentlichen wir auf unserer Homepage. So konnten in Mexiko beispielsweise faire Beschäftigungsbedingungen für Subunternehmen festgestellt werden, die allen Vorgaben entsprechen. In Rumänien wurden Beschäftigte beispielhaft in Veränderungsprozesse während eines großen Rebranding-Prozesses eingebunden. Workshops und „Ambassador“-Programme konnten ihnen Unsicherheiten nehmen und sie optimal auf Veränderungen vorbereiten. Die Landeseinheit in Großbritannien hat mit flexibleren Arbeitszeiten sowie erweiterten Möglichkeiten, von zu Hause zu arbeiten, die Balance zwischen Arbeit und Beruf deutlich verbessert.

PERSONALVERÄNDERUNGEN AUF KONZERNEBENE

Der Personalbestand des Konzerns lag 2014 leicht unter dem Niveau des Jahresendes 2013. Innerhalb unserer Segmente Deutschland, USA, Europa und Systemgeschäft zeichneten sich zum Teil gegenläufige Effekte ab: Im operativen Segment Deutschland erhöhten wir insbesondere im Zuge des Aus- und Umbaus unseres Geschäftsfelds „Netze der Zukunft“ den Personalbestand um 3Prozent, im operativen Segment USA stieg die Zahl der Beschäftigten aufgrund der erhöhten Kundenbasis um 7Prozent. Demgegenüber reduzierte sich der Personalbestand in unserem operativen Segment Europa gegenüber dem 31. Dezember 2013 um rund 2 Prozent. Dies lag unter anderem an der Veräußerung der Anteile an der Euronet Communications in den Niederlanden. Ferner trugen Effizienzsteigerungsmaßnahmen unter anderem in Rumänien, Kroatien und Ungarn zu dem Rückgang bei. Zum Teil wurden diese Effekte jedoch durch steigende Mitarbeiterzahlen infolge der Einbeziehung der GTS Central Europe Gruppe am 30. Mai 2014 sowie durch Zuwächse infolge des Personalumbaus in Griechenland kompensiert. In unserem operativen Segment Systemgeschäft sank die Beschäftigtenzahl vor allem aufgrund von Personalumbaumaßnahmen im Inland um rund 4Prozent. In den Group Headquarters & Group Services betrug der Rückgang rund 11Prozent. Hierzu trugen vor allem die Entkonsolidierung der Scout24-Gruppe sowie der Personalumbau bei.

SOZIALVERTRÄGLICHER PERSONALUMBAU BEI T-SYSTEMS

Mit der seit 2014 andauernden Transformation von T-Systems ist ein komplexer Personalumbau verbunden. Im Berichtsjahr haben wir in diesem Rahmen den Personalbestand von T-Systems sozialverträglich angepasst: Alle Beschäftigten, deren Arbeitsplatz wegfiel, unterstützte der Konzern mit einer Vielzahl von Maßnahmen. So konnten wir im Jahr 2014 auf betriebsbedingte Kündigungen verzichten und die neuen Geschäftsfelder mit qualifizierten IT-Expertinnen und -Experten aufbauen. Unseren Schwerpunkt legten wir auf folgende Maßnahmen:

Initiative „Chancen Bund“ für Beamte
Im April 2014 rief die Telekom gemeinsam mit dem Bundesministerium der Finanzen und den Telekom Placement Services die Initiative „Chancen Bund“ ins Leben. Die Regularien hierfür wurden zuvor unter Federführung des Bundesfinanzministeriums mit den Postnachfolgeunternehmen vereinbart. Ziel dieser Initiative ist es, bis Ende 2015 bis zu 600IT-Stellen auf Bundesebene dauerhaft mit Beamtinnen und Beamten der Telekom zu besetzen. Für fast 300IT-Stellen konnten noch im Verlauf des Jahres IT-Fachkräfte der Telekom abgeordnet oder es konnte ihre Versetzung eingeleitet werden; bis zu 300 weitere Stellen werden im Jahr 2015 vom Bundesfinanzministerium zur Verfügung gestellt. Auf diese Weise können wir unseren Personalbestand sozialverträglich anpassen und unseren hoch qualifizierten Beamtinnen und Beamten bundesweit zukunftssichere Beschäftigungsperspektiven anbieten, während der Bund zeitnah seinen Bedarf an IT-Experten decken kann.

Innovatives Veränderungsmanagement mit „Job Service & Placement“
Im Jahr 2014 starteten wir das aktive Veränderungsmanagement „Job Service & Placement“ (JSP), mit dem wir Beschäftigte, deren Aufgaben künftig wegfallen oder schon weggefallen sind, auf Beschäftigungsoptionen innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens vorbereiten. Wir unterstützen sie durch eine professionelle Standortanalyse, Perspektivenberatung und eine Bewerbungsbegleitung; bei einem Wechsel auf eine interne oder externe Stelle mit abweichenden Konditionen können sie zudem Ausgleichszahlungen erhalten. Bei internen Ausschreibungen werden Beschäftigte in der JSP-Betreuung bevorzugt behandelt und erhalten bei Bedarf eine entsprechende Ergänzungsqualifizierung von bis zu sechs Monaten. Seit dem vierten Quartal hat JSP Personal in die Betreuung übernommen. Darüber hinaus unterstützen wir alle von Arbeitsplatzwegfall Betroffenen durch transparente Kommunikation, beispielsweise im Rahmen der Veranstaltungsreihe „Sprechstunde vor Ort zum Personalumbau in der Transformation“.

NEUE VERGÜTUNGSINSTRUMENTE FÜR FÜHRUNGSKRÄFTE

Anfang 2015 haben wir im Rahmen unserer Initiative „Lead to win“ neue und überarbeitete Reward-Instrumente für unsere oberen Führungskräfte konzernweit eingeführt. Neben der Honorierung der individuellen Leistung und der Beteiligung am Erfolg des Unternehmens sollen die Instrumente das unternehmerische Denken der Führungskräfte stärken. Das neue Vergütungssystem hat drei Schwerpunkte: im Rahmen des variablen „Short Term Incentives“ werden die im Vorjahr erbrachten Leistungen belohnt. Über den „Long Term Incentive“ erfolgt die Beteiligung am Konzernerfolg. Die Förderung der Miteigentümerschaft am Konzern wird im Wege eines „Share Matching Plans“ umgesetzt. Die sogenannten Rewards knüpfen direkt an das Ergebnis unseres neuen Leistungsbewertungssystems „Performance Dialog“ an. Das neue System gilt global für die 2700oberen Führungskräfte im Konzern.

INTENSIVER AUSTAUSCH MIT DEN SOZIALPARTNERN

2014 setzten wir unseren intensiven Dialog mit den betrieblichen Vertretungsgremien der Beschäftigten und den Gewerkschaften erfolgreich fort. Das Jahr war geprägt von Maßnahmen mit weitreichender strategischer Bedeutung wie beispielsweise die technologischen Veränderungen durch All-IP oder die Umstrukturierung von T-Systems, deren Umsetzung ohne die Mitwirkung unserer Sozialpartner nicht möglich gewesen wäre. Hier trägt unser Bekenntnis zu vertrauensvoller Zusammenarbeit Früchte, das unter anderem in der Employee Relations Policy verankert ist. Wir werden unseren Weg der engen Sozialpartnerschaft auch im Jahr 2015 weiter fortsetzen.

GESUNDHEIT UND SICHERHEIT

Eine gesunde und leistungsfähige Belegschaft ist die Basis für unseren langfristigen Unternehmenserfolg, während umgekehrt ein hoher Krankenstand mit hohen Risiken verbunden ist. Die Telekom sieht es daher als ihre unternehmerische Pflicht und Verantwortung, die Gesundheit ihrer Beschäftigten zu erhalten und zu fördern.

MANAGEMENTANSATZ

Die Gesundheit und Leistungsfähigkeit unserer Beschäftigten zu erhalten, ist das übergeordnete Ziel des betrieblichen Gesundheitsmanagements der Telekom. Gesetzliche Vorgaben zum Arbeits- und Gesundheitsschutz stellen für uns dabei nur eine Minimalanforderung dar.

Konzernweite Verankerung des Gesundheits- und Sicherheitsmanagements

Über zertifizierte Managementsysteme sowie entsprechende Leit- und Richtlinien ist der betriebliche Arbeits- und Gesundheitsschutz fest in den Strukturen des Konzerns verankert. Grundlage ist der international anerkannte Standard OHSAS18001, der seit 2010 konzernweit ausgerollt wird. In einem Handbuch sowie einer Verfahrensanweisung sind sämtliche Akteure, Aufgaben und Maßnahmen des Gesundheits- und Sicherheitsmanagements beschrieben und von oberster Führungsebene unterzeichnet. Das Thema wird auf Konzernebene gesteuert; darüber hinaus sind Gesundheitsmanager an den Standorten für die Ausgestaltung der Maßnahmen verantwortlich.

Die Wirksamkeit unserer Maßnahmen wird systematisch überprüft. Dabei greifen wir unter anderem auf Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung, Wettbewerbsanalysen oder Kennzahlen zurück. Aus der Analyse dieser Daten leiten wir jährlich zielgerichtete Maßnahmen ab, die weit über die gesetzlichen Vorgaben hinausgehen. Beispiele hierfür sind unsere Darmkrebsvorsorge oder Blutdruckmessungen und Gesundheitschecks sowie ein umfangreiches Angebot zur psychosozialen Beratung.

Einen Schwerpunkt unserer betrieblichen Gesundheitsförderung legen wir darauf, die Eigenverantwortung unserer Beschäftigten im Umgang mit ihrer Gesundheit zu stärken. Unsere Führungskräfte spielen eine wesentliche Rolle bei der Förderung einer entsprechenden Unternehmenskultur und werden dafür auch in die Pflicht genommen. Gesundes Führen ist bei der Telekom als zentraler Wert verankert und wird anhand bereichsspezifischer, aus den Ergebnissen der Mitarbeiterbefragung abgeleiteter Ziele bewertet.

Überdurchschnittliche Ergebnisse

Verschiedene Kennzahlen belegen die hohe Wirksamkeit unserer Leistungen im betrieblichen Gesundheitsmanagement:

- Die Gesundheitsquote von 94,4 Prozent bei der Telekom Deutschland ist entgegen dem Branchentrend stabil.
- Die Unfallquote ist deutlich niedriger als der Branchendurchschnitt.
- Laut Daten der Krankenkassen nimmt die Zahl und Dauer der psychischen Erkrankungen unserer Beschäftigten entgegen dem Branchentrend nicht zu.

Auch unsere internen und externen Audits belegen unsere hohen Standards. Unter anderem erhielten wir im November 2014 den „Corporate Health Award“ der führenden bundesdeutschen Qualitätsinitiative für das Betriebliche Gesundheitsmanagement.

„FELIX BURDA AWARD“ WÜRDIGT VORBILDLICHE DARMKREBSVORSORGE

Darmkrebs gehört nach Angaben des Robert-Koch-Instituts zu einer der häufigsten Todesursachen durch Krebs in Deutschland; bei einer frühzeitigen Diagnose bestehen jedoch gute Heilungschancen. Seit 2009 bietet die Telekom ihren Beschäftigten in Deutschland daher jährlich die Möglichkeit zur Darmkrebsvorsorge an. Zwischen März und Mai 2014 wurden alle 70107Beschäftigten über 45 Jahre in Deutschland per E-Mail angeschrieben und motiviert, an der Vorsorge teilzunehmen. Von den 12908 eingegangenen Proben waren 774Befunde positiv. 2014 wurde die Aktion der Telekom mit dem „Felix Burda Award” in der Kategorie „Betriebliche Prävention“ ausgezeichnet.

VORSORGEAKTION MIT BLUTDRUCKMESSUNG UND GESUNDHEITSCHECK

In Deutschland leiden etwa 35 Millionen Menschen an Bluthochdruck, doch nur jeder zweite weiß von diesem Risikofaktor. Eine frühzeitige Erkennung und Behandlung des Bluthochdrucks kann das Schlaganfallrisiko jedoch um bis zu 40 Prozent senken. Zwischen Juni 2013 und Juni 2014 bot die Telekom ihren Beschäftigten daher an 84 Standorten in Deutschland Blutdruckmessungen an, um zum Beispiel Herz-Kreislauf-Erkrankungen vorzubeugen. Mehr als 5 000 Beschäftigte nahmen daran teil. Beschäftigten mit auffälligem Befund boten wir einen umfassenden betriebsärztlichen Gesundheitscheck an; dadurch konnten wir auch die Inanspruchnahme dieser betrieblichen Vorsorgeleistung steigern. 2015 wird das Thema Diabetes im Rahmen einer ähnlichen Vorsorgeaktion aufgegriffen.

FIT UND MOBIL AM ARBEITSPLATZ

Seit Juni 2014 bieten wir unseren Beschäftigten an Standorten in Deutschland spezielle Fitnessprogramme an, die einen Ausgleich zur Arbeit am Schreibtisch schaffen können. Qualifizierte Trainer – sogenannte Mobile Fitness Coaches – vermitteln kleinen Teams einfach anwendbare Übungen insbesondere für den Nackenbereich und den

Rücken. Im Jahr 2014 wurden zunächst 135 Kurse durchgeführt. Aufgrund der hohen Nachfrage wird dieses Bewegungsangebot im Jahr 2015 fortgesetzt und wurde nachbeauftragt.

WORKSHOP MACHT FÖRDERUNG DER GESUNDHEIT ZUR CHEFSACHE

Eine gesundheitsfördernde Unternehmenskultur braucht entsprechende Vorbilder. Seit Mai 2014 haben wir in unserem Führungskräfte-Entwicklungsprogramm in Deutschland daher Workshops zum Thema gesundheitsfördernde Führung etabliert. In den zweitägigen Workshops erfahren die Führungskräfte zunächst mehr zu ihrer eigenen Gesundheitsvorsorge und werden zur Stärkung ihrer individuellen Ressourcen angeleitet. Darauf aufbauend erlernen sie grundsätzliche Prinzipien einer gesundheitsfördernden Führung. Dieses Angebot richtet sich an leitende Angestellte und erfahrene Führungskräfte des oberen Managements; bislang haben knapp 100 Teilnehmer das Programm absolviert. Auch im Jahr 2015 wird dieses Modul mehrfach angeboten.

Für alle anderen Führungskräfte, zum Beispiel Teamleiterinnen und Teamleiter, gibt es ebenfalls Workshops im Kontext Führung und Gesundheit.

„HEALTH AWARD“ FÜR BESCHÄFTIGTE IM KUNDENSERVICE

Mit der Ausschreibung des „Health Award Kundenservice“ will die Telekom-Tochter Deutsche Telekom Kundenservice GmbH ihre Beschäftigte an allen Standorten in Deutschland für ein gesundheitsförderndes Verhalten sensibilisieren und die gesundheitsorientierte Unternehmenskultur stärken.

2014 wurde der jährliche Teamwettbewerb bereits zum dritten Mal mit stabiler Teilnehmerquote durchgeführt. Die „Health Award“-Teams hatten die Aufgabe, zwischen Oktober und Dezember gesundheitsfördernde Maßnahmen umzusetzen und ihre Fortschritte regelmäßig in einem Tagebuch zu dokumentieren. Außerdem konnten sie sich im internen Telekom Social Network (TSN) präsentieren und austauschen. Alle Maßnahmen wurden von den Teilnehmenden selbst entwickelt, geplant und umgesetzt.

2014 nahmen rund 1770 Service-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter am „Telekom Health Award“ teil, dies entspricht einer Quote von 13 Prozent. 101Teams schickten mindestens ein Tagebuch ein. Innerhalb von drei Jahren ist die Quote der Teilnehmenden, die kein Tagebuch einreichten, damit von 28 auf 16 Prozent gesunken. Bewertet wurden die umgesetzten Maßnahmen insbesondere mit Blick darauf, wie gut sie in den Arbeitsalltag zu integrieren sind. Daneben floss auch die Art der Dokumentation in die Bewertung ein. 60 Teams dokumentierten ihre Erlebnisse in einem Erfahrungsbericht, in dem sie auch den Erfolg der Maßnahme bewerteten. 56 von ihnen würden erneut am Wettbewerb teilnehmen und 55 hatten die Maßnahmen auch über den Projektzeitraum hinaus in den Arbeitsalltag integriert.

PSYCHOSOZIALE UNTERSTÜTZUNG BEI VERÄNDERUNGEN IM UNTERNEHMEN

Anstehende Veränderungen in Unternehmen können zu tief greifenden Verunsicherungen und Ängsten führen; insbesondere dann, wenn sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diesen Veränderungen hilflos ausgeliefert fühlen. Hält dieser Zustand länger an, so besteht das Risiko, dass er sich über eine dauerhafte Erhöhung des Stresspegels direkt auf die körperliche Gesundheit auswirkt.

Um psychosozialen Krisen im Zuge der Transformation von T-Systems vorzubeugen, unterstützt das Unternehmen seine Beschäftigten in jeder Phase des Veränderungsprozesses mit spezifischen Beratungsangeboten. 2014 waren wir an zahlreichen Standorten vor Ort:

- In Zusammenarbeit mit dem Präventionsdienstleister B.A.D. boten wir an 19 Standorten in Deutschland Beratungstage an. Insgesamt 88 Beschäftigte nahmen an diesen Tagen eine einstündige Beratung in Anspruch, weitere 38 Termine wurden für 2014 vereinbart.

- Zusätzlich diskutierten wir an 13Standorten in Deutschland mit insgesamt 770Beschäftigten, deren Arbeitsplatz wegfallen sollte, in Kleingruppen über Chancen der Veränderung. Außerdem hatten sie die Möglichkeit, mit Ansprechpartnern aus der Personalabteilung und neutralen externen Beratern in Vier-Augen-Gesprächen über die bestehenden Personalumbauinstrumente, Unterstützung bei der Jobsuche, finanzielle Gestaltungsmöglichkeiten oder auch über psychosoziale Begleitung und Hilfe zu sprechen.

Umfassende Informationen im Intranet ergänzten das Angebot.

BREITE GESUNDHEITSFÖRDERUNG BEI SLOVAK TELEKOM

Slovak Telekom organisierte 2014 zahlreiche Gesundheitsangebote für die Mitarbeiter, darunter Messungen von Blutdruck-, und Cholesterinwerten, Krampfader-Checks, Erste-Hilfe-Kurse, Massagen, Lymphdrainagen, Gesundheitsseminare und Informationsveranstaltungen über gesunde Ernährung am Arbeitsplatz.

Die Angebote trafen auf große Resonanz: 2 017 Mitarbeiter ließen sich untersuchen und 865 Beschäftigte nahmen an den 15 von Ernährungsspezialisten, Ärzten und anderen Fachleuten organisierten Gesundheitsseminaren und Workshops teil. Vom 8. bis 12. September 2014 fand zudem eine spezielle Gesundheitswoche statt.

AUSBILDUNG UND ENTWICKLUNG

Mit unseren umfassenden Aus- und Weiterbildungsangeboten beugen wir nicht nur dem zunehmenden Fachkräftemangel aktiv vor. Wir nehmen damit auch unsere unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung wahr. In den kommenden Jahren wird der Bedarf an gut geschulten Fachkräften erheblich steigen. Dies trifft vor allem auf unsere zukünftigen Geschäftsfelder wie Big Data, Cyber Security und Industrie 4.0 zu.

MANAGEMENTANSATZ

Unser Ziel ist es, Talente bei den Nachwuchskräften bereits frühzeitig zu identifizieren und für uns zu gewinnen. Aus diesem Grund fördern wir umfänglich ihre Aus- und Weiterbildung. Als Zielmarke haben wir bis 2015 eine jährliche Ausbildungsquote von 2,9 Prozent der Belegschaft in Deutschland festgeschrieben. Damit gehören wir mit derzeit zehn Ausbildungsberufen und acht dualen Studiengängen zu den größten Ausbildungsunternehmen in Deutschland. Zudem bieten wir eine Vielzahl an Entwicklungs- und Qualifizierungsmöglichkeiten für unsere Fach- und Führungskräfte an. Die Telekom verfolgt damit konsequent den Gedanken des lebenslangen Lernens.

Mit unserer 2014 gestarteten Initiative „Education 3.0“ nehmen wir die gesamte Bildungskette in den Blick, um unsere Angebote permanent an den aktuellen Kompetenzbedarfen auszurichten – beginnend mit der dualen Ausbildung über die berufsbegleitende Weiterbildung bis zur Expertenqualifizierung. So stellen wir sicher, dass unsere Bildungsinvestitionen den größtmöglichen Mehrwert für Unternehmen wie Beschäftigte erzielen. Bei der Entwicklung unserer Aus- und Weiterbildungsangebote haben wir stets die strategischen Kompetenzbedarfe des Konzerns im Blick, wie die im Jahr 2014 gestartete Weiterbildung zum Cyber Security Professional zeigt.

Wir betreiben ein systematisches Monitoring und evaluieren permanent die Wirksamkeit unserer Maßnahmen in der Aus- und Weiterbildung, unter anderem im Rahmen der regelmäßigen Mitarbeiterbefragung.

Gleichzeitig stärkt unser konzernweit einheitliches Führungsmodell „Lead to win“die Kompetenzen und Leistungsorientierung unserer Führungskräfte. „Lead to win“ setzt im Kern auf einen kontinuierlichen Austausch zwischen der Führungskraft und ihrem beziehungsweise ihrer Vorgesetzten zu Leistung und Entwicklung, eine direkte Verknüpfung zwischen Leistungsbeurteilung und Motivationsanreizen sowie auf persönliche Entwicklungspfade.

Wichtige Grundlagen für unsere Aktivitäten bilden die Guiding Principles, die Leadership Principles und die Employee Relations Policy.

TELEKOM-EIGENE HOCHSCHULE FÖRDERT NACHWUCHS IN MINT-FÄCHERN

Die unternehmenseigene Hochschule für Telekommunikation in Leipzig (HfTL) engagiert sich in vielfältigen Projekten für die akademische Ausbildung von Experten für den Telekommunikationsmarkt und die Förderung des MINT-Nachwuchses. Aktuell beschäftigt sie 27 Hochschullehrer und bietet derzeit 1032 Studierenden die Möglichkeit, einen akademischen Abschluss im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien zu erwerben.

Deutschlandweit verfügt die HfTL mit direkten, dualen oder berufsbegleitenden Studiengängen und der Spezialisierung auf Themen wie Cloud Computing, Datenschutz, Vernetztes Leben, App-Entwicklung oder Machine to Machine über ein einzigartiges Lehrangebot. Darüber hinaus wird sie ihr Portfolio 2015 um den dualen Studiengang Angewandte Informatik erweitern.

Zur Nachwuchsförderung im MINT-Bereich rief die HfTL im Jahr 2010 gemeinsam mit der Arnold-Sommerfeld-Gesellschaft die Leipziger Schülerakademie ins Leben. Diese wird von ihr durch Bereitstellung der Hochschulinfrastruktur und mit Fachvorträgen unterstützt. Schüler ab Klassenstufe neun können hier naturwissenschaftlich-technische Vorlesungen besuchen und mit Experten diskutieren. 2014 reichten die Themen von der Klimaforschung bis zum Einsatz neuer Materialien beim Fahrradbau.

Teil der MINT-Förderung sind auch Projekte, in denen die HfTL Kindern und Jugendlichen einen Eindruck vom Studienalltag und dem zukünftigen beruflichen Umfeld vermittelt. Hierzu gehören ein mehrtägiges Schnupperstudium für Abiturienten, eine Kinder-Universität mit Gelegenheit zum altersgerechten Experimentieren und die Junior-Ingenieur-Akademie, ein von der Telekom Stiftung finanziertes Schülerprojekt.

2015 nimmt die HfTL wieder am naturwissenschaftlichen Wettbewerb „experiNat“ der Stadtwerke Leipzig mit dem Wettbewerbsmodul technische Informatik teil. Rund 300 Schüler werden im Wettbewerbszeitraum die Hochschule der Deutschen Telekom kennenlernen.

GEWINNUNG VON WEIBLICHEN NACHWUCHSKRÄFTEN

Um verstärkt Frauen für technische Arbeitsfelder zu gewinnen, hat die Telekom in Deutschland unter anderem die Einstellungs- und Besetzungsprozesse systematisch angepasst. So wurde das wichtigste Eingangstor für Bewerbungen – die Karriereseite – für die Ansprache weiblicher Bewerber optimiert, um die Sichtbarkeit des Themas zu steigern und seine Relevanz hervorzuheben. Außerdem schaltet die Telekom explizit Anzeigen für Studentinnen und Absolventinnen, wirbt auf vielen Frauenmessen für den Konzern und bietet spezielle Bewerbungsworkshops für Frauen an. Exklusive Workshops für Studentinnen

und Absolventinnen auf der CeBIT oder dem Absolventenkongress runden das speziell auf Frauen zugeschnittene Angebot ab. Kontinuierlich steigende Bewerberzahlen belegen, dass die Telekom als Arbeitgeber für Frauen und Männer zunehmend attraktiver wird.

Zudem lobt die Telekom seit 2013 jährlich den „Frauen-MINT-Award“ aus, um Frauen für MINT-Studienfächer zu begeistern. 2014 zeichnete sie in diesem Rahmen erneut sechs Absolventinnen für herausragende Abschlussarbeiten in einem MINT-Fach aus. Voraussetzung war, dass sich die Arbeiten mit einem der fünf Wachstumsfelder der Telekom befassen: Netze der Zukunft, Connected Car, Cyber Security, Industrie 4.0 oder E-Health. Die Siegerarbeit zum Thema „Cell Size Adaptation and Intercell Interference Coordination in LTE Heterogeneous Networks“ wurde mit 3 000 Euro prämiert, außerdem wurde in jeder der fünf Kategorien eine weitere Arbeit mit 500 Euro ausgezeichnet.

„START UP!“: TRAINEEPROGRAMM FÜR JUNGE INNOVATIONSTRÄGER

Mit unserem internationalen Traineeprogramm „Start up!“ bieten wir jungen Menschen mit Unternehmermentalität und Veränderungsbereitschaft einen qualifizierten Einstieg in den Konzern in Deutschland. Damit trägt „Start up!“ nicht nur zur nachhaltigen Sicherung des Talentbedarfs bei, sondern fördert den Wandel hin zu einer stärker auf Innovationen ausgerichteten Unternehmenskultur in der Telekom.

2014 haben wir erneut rund 40 Hochschulabsolventen in das Traineeprogramm aufgenommen, davon rund 40 Prozent Frauen. Über einen Zeitraum von 15 bis 18 Monaten lernen die Trainees verschiedene Unternehmensbereiche im In- und Ausland kennen und übernehmen dabei anspruchsvolle Projektaufgaben in wechselnden Geschäftsfeldern. Erfahrene Mentoren begleiten die Trainees, abgerundet wird das Programm durch innovative Trainingsformate und Veranstaltungen.

SPITZENPLATZ ALS AUSBILDER

Die Telekom ist einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland und nahm 2014 mit mehr als 3 100 Ausbildungsangeboten erneut einen Spitzenplatz unter den DAX-Unternehmen ein. Im Ausbildungsjahr 2014/2015 lag die Gesamtzahl der Auszubildenden und dual Studierenden bei mehr als 8 900:

- davon über 7 400 Auszubildende und
- rund 1 400 dual Studierende
- sowie rund 100 Teilnehmerinnen und Teilnehmer an unserem Einstiegsqualifizierungsprogramm.

Wir bieten interessierten Nachwuchskräften zehn Ausbildungsberufe und acht duale Studiengänge in Kooperation mit acht Partnerhochschulen und anderen Bildungseinrichtungen an. Unsere Auszubildenden betreuen wir in bundesweit 33 Ausbildungszentren.

FÖRDERUNG DER VIELFALT UNSERER AUSZUBILDENDEN

Vielfalt ist für unseren Konzern von großer Bedeutung. Daher unterstützen wir in Deutschland die Heterogenität unserer Nachwuchskräfte, indem wir auf unterschiedlichste Leistungsniveaus und Bedürfnisse eingehen:

- Bereits seit 2011 bietet das Unternehmen in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit Alleinerziehenden die Möglichkeit, eine Ausbildung oder ein duales Studium in Teilzeit zu absolvieren. 2014 begannen rund 50 junge Menschen ihre Ausbildung in Teilzeit.

- Jugendliche mit Migrationshintergrund, die sich besonderen Problemen auf dem Arbeits- und Ausbildungsmarkt gegenübersehen, bieten wir Chancen. 8 Prozent der bei uns beschäftigten Auszubildenden und dual Studierenden haben eine andere Nationalität als deutsch, insgesamt sind 69 andere Nationen vertreten.

- Unser Projekt zur Einstiegsqualifizierung „Meine Chance – ich starte durch“ bereitet schwer vermittelbare Jugendliche, die arbeitslos sind oder in Familien mit Hartz-IV-Hintergrund nach dem Sozialgesetzbuch Zweites Buch (SGB II) leben und deren Perspektiven für den Berufseinstieg durch Lernbeeinträchtigungen oder eine fehlende Ausbildungsbefähigung geschmälert sind, mit großem Erfolg auf eine Ausbildung bei der Telekom vor: Von den von 2009 bis 2013 gestarteten 458 Praktikantinnen und Praktikanten konnten bereits 326 eine Ausbildung bei uns beginnen, davon konnten 76 ins erste Ausbildungsjahr und 250 direkt ins zweite Ausbildungsjahr übernommen werden. 2014 starteten erneut rund 100 Praktikantinnen und Praktikanten.

- Indem wir Frauen in technischen dualen Studiengängen fördern, sorgen wir für den zukünftigen Berufsnachwuchs und fördern Vielfalt im Konzern. Während wir 2010 noch einen Frauenanteil von 11 Prozent verzeichneten, liegt dieser heute schon bei über 23 Prozent.

- Rund ein Prozent Jugendliche mit Schwerbehinderung absolvieren bei uns ihre Ausbildung – im Vergleich zum Gesamtanteil Schwerbehinderter in der Gesellschaft bilden wir hier überproportional aus.

Mit unseren Programmen „Young IT Talents“ und „Young Sales Talents“ fördern wir gezielt leistungsstarke Auszubildende und dual Studierende in unseren Wachstumsfeldern. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer beider Programme erhalten die Chance, anspruchsvolle Kundenprojekte zu übernehmen und sich bei Fach- und Schulungsveranstaltungen sowie in nationalen und internationalen Wettbewerben umfassend weiter zu qualifizieren.

WEITERBILDUNG ZUM CYBER SECURITY PROFESSIONAL

Mit der 2014 im Rahmen eines Pilotprojekts gestarteten berufsbegleitenden Weiterbildung zum Cyber Security Professional schließt die Telekom eine Lücke auf dem deutschen Ausbildungs- und Arbeitsmarkt. Laut einer Studie des Branchenverbands BITKOM sind Datenschutzexperten auf dem hiesigen Markt nur äußerst schwer zu finden. Es gebe keine Berufsausbildung und kaum Studiengänge, um die benötigten Kompetenzen zu erwerben. Im September 2014 startete die Telekom daher einen ersten Durchgang der berufsbegleitenden Weiterbildung mit zehn Teilnehmern.

Die zweieinhalbjährige Weiterbildung zum Cyber Security Professional richtet sich an Auszubildende und dual Studierende der Telekom, die sich nach Abschluss ihres jeweiligen Ausbildungsgangs dafür bewerben können. Klassische Angebote der betrieblichen Weiterbildung

werden dabei mit Studienmodulen und betrieblichen Lernphasen kombiniert. Der Lehrgang schließt mit einem IHK-Zertifikat für IT-Sicherheitsfachkräfte ab. 2015 werden erneut zehn Stellen für die Weiterbildung zum Cyber Security Professional ausgeschrieben

ERFOLGSMODELL: BERUFSBEGLEITENDES STUDIUM MIT BOLOGNA@TELEKOM

Mit der Initiative „Bologna@Telekom"fördert der Konzern das berufsbegleitende Studium besonders leistungsstarker Beschäftigter mit einem Stipendium. In den sechs Jahren ihres Bestehens hat die Initiative sich hervorragend entwickelt: Während das erste Semester 2009 mit gerade 60 Teilnehmern startete, konnte die Telekom 2014 bereits den 1 000sten Studierenden begrüßen; die Quote der erfolgreichen Absolventen beträgt über 90 Prozent.

Das Studienangebot von „Bologna@Telekom" wird jährlich an die Bedarfe des Konzerns angepasst und trägt so auch zur nachhaltigen Sicherung des Fachkräftebedarfs der Telekom bei. Neu im Fokus ist dabei aktuell das Thema IT-Sicherheit.

Voraussetzung für die Teilnahme an „Bologna@Telekom" ist neben der besonderen Leistungsstärke auch eine mindestens zweijährige Zugehörigkeit zum Konzern. Die Telekom übernimmt die Hälfte der Studiengebühren und stellt die Stipendiaten für zehn Tage im Jahr frei. Die Bilanz von „Bologna@Telekom" kann sich sehen lassen: Ende 2014 ergab eine Befragung der Absolventen, dass sich das Studium bereits für rund die Hälfte karrierefördernd ausgewirkt hat; 88 Prozent würden sich erneut dafür entscheiden.

KONZERNWEITE TALENTE-PLATTFORM FÖRDERT INTERNE KARRIEREN

Über unser konzernweites Talentmanagement unterstützen wir leistungsstarke Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dabei, sich neuen Herausforderungen zu stellen. Im Berichtsjahr ergänzten wir dieses um die Pilotversion einer neuen Online-Plattform: Talente, die den nächsten Karriereschritt planen oder Erfahrungen in Form strategischer Projekteinsätze sammeln wollen, können sich seit März 2014 auf „Talents@Telekom" besser sichtbar machen. So wollen wir die Transparenz über die im Konzern vorhandenen Talente und deren Entwicklungschancen erhöhen.

Während sich interessierte Talente auf der Online-Plattform mit ihrer Vita präsentieren, können Beschäftigte aus dem Personalbereich konzernweit darauf zugreifen und Kontakt zu den Talenten aufnehmen. In einem speziellen Bereich werden weibliche Kandidaten gezielt angesprochen und über Karrieremöglichkeiten informiert. „Talents@Telekom" stößt auf große Resonanz: In nur zwei Monaten wurden mehr als 800 Mitarbeiterprofile eingestellt, davon 28 Prozent von Frauen. Konzernweit nutzen bereits mehr als 300 Beschäftigte aus dem Personalbereich die Pilotversion der Online-Plattform.

Eine Auswertung ergab, dass „Talents@Telekom" konzernübergreifende Besetzungsprozesse deutlich erleichtert und insbesondere die Sichtbarkeit von weiblichen Talenten erhöht. Dadurch leistet die Plattform auch einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt im Konzern. Der konzernweite Ausbau ist für 2015 geplant.

PROGRAMM ZUR FÜHRUNGSKRÄFTEENTWICKLUNG AUSGEBAUT

Im Jahr 2014 haben wir unser Führungskräfteentwicklungsprogramm LEAD (Leadership Excellence and Development) umfangreich weiterentwickelt und an die aktuellen Herausforderungen unserer Führungskräfte angepasst. Erstmals haben damit alle Führungskräfte des Konzerns Zugriff auf ein einheitliches Angebot an businessnahen und strategisch relevanten Lernformaten. Das Portfolio deckt zentrale Themen ab, mit denen Führungskräfte bei der Geschäftsentwicklung unterstützt oder in ihrer Führungsrolle und Teamverantwortung gestärkt werden. Grundlage dafür bilden unsere Führungsgrundsätze zur Zusammenarbeit („Collaborate"), Innovation („Innovate") und Leistungsförderung („Empower to perform").

In die Ausgestaltung des Programms flossen unter anderem die Ergebnisse von Interviews mit Führungskräften ein. Die Schulung der Führungskräfte erfolgt in Form moderner Lernformate, die Präsenzveranstaltungen und E-Learning-Formen miteinander kombinieren. Über das im Oktober 2014 online gegangene Portal Open LEAD können sich Führungskräfte konzernweit über das Angebot informieren und passende Entwicklungsmaßnahmen direkt buchen.

NEUES INSTRUMENT ZUR LEISTUNGSBEURTEILUNG BEI FÜHRUNGSKRÄFTEN

Im Mai 2014 führten wir mit dem „Performance Dialog" ein neues Instrument zur Leistungsbeurteilung für obere Führungskräfte ein. Dieser ersetzt den bisherigen „Performance & Potential Review" für diese Zielgruppe.

Der Performance Dialog beinhaltet einen kontinuierlichen Austausch zwischen der Führungskraft und ihrem Vorgesetzten. Die enge Begleitung und intensive Reflexion des jeweiligen Führungsverhaltens soll zur Leistungsverbesserung und einer höheren Transparenz des Bewertungsprozesses beitragen. Die Leistungsbeurteilung findet auf Basis der Guiding und Leadership Principles statt. Neben dem direkten Vorgesetzten bewerten auch Kollegen und Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das jeweilige Führungsverhalten, auch diese Bewertungen wirken sich direkt auf die Zielerreichung aus. Die Beurteilung im Rahmen des „Performance Dialog" bildet damit die Grundlage für unser neues Vergütungssystem „Rewards".

Aktuell wird die Leistung von rund 500 oberen Führungskräften mit Hilfe des „Performance Dialog" bewertet. Unsere bisherigen Instrumente „Compass" für tarifliche Beschäftigte und Beamte in Deutschland sowie der 2014 international ausgeweitete „Performance & Potential Review"sind auch weiterhin im Konzern verankert. Ende 2014 waren bereits rund 20 000 Experten und Führungskräfte aus den internationalen Landesgesellschaften in den „Performance & Potential Review" einbezogen.

VIELFALT UND CHANCENGLEICHHEIT

Bei der Deutschen Telekom arbeiten Menschen aus 122 Nationen, Frauen und Männer, jüngere und ältere sowie Menschen mit unterschiedlichen Fähigkeiten und kulturellen Prägungen sehr erfolgreich zusammen. Diese Vielfalt ist essenziell für unsere Konkurrenzfähigkeit im globalen Wettbewerb um gute Ideen und beste Produkte.

MANAGEMENTANSATZ

Wir wollen unsere Rahmenbedingungen zur Stärkung der Vielfalt weiterentwickeln und bieten unseren Beschäftigten daher vielfältige Möglichkeiten, sich beruflich und individuell zu entfalten. Die Stärkung von Frauen in Führungspositionen hat hierbei eine zentrale Bedeutung. Als erstes DAX-30-Unternehmen haben wir uns das Ziel gesetzt, weltweit 30 Prozent der Führungspositionen im mittleren und oberen Management mit Frauen zu besetzen, und haben dafür die Initiative „Fair Share“ ins Leben gerufen. Mit unseren umfänglichen Förder- und Ausbildungsprogrammen fördern wir von Beginn an eine vielfältige Belegschaft. Hierzu gehört unter anderem die Einstiegsqualifizierung für sozial- und bildungsbenachteiligte Jugendliche. Die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben unterstützen wir durch ein umfangreiches Work-Life-Portfolio. Viele Beschäftigte engagieren sich zudem in internen Netzwerken zu verschiedenen Facetten des Themas Vielfalt. Unsere Führungskräfte sind Botschafter für die Vielfalt im Konzern, beispielsweise im Rahmen von Multiplikatoren- und Mentorenprogrammen.

Wichtige Grundlagen bilden dafür die Diversity Policy, die Guiding Principles sowie die Employee Relations Policy der Telekom. Wir sind zudem Gründungsmitglied der Charta der Vielfalt.

Unsere Maßnahmen zur Förderung von Vielfalt werden von uns kontinuierlich auf ihre Wirksamkeit überprüft und die Ergebnisse beispielsweise im Fair-Share- oder dem Work-Life-Bericht veröffentlicht. Mittlerweile können wir einen Anteil von über 25 Prozent Frauen in Führungspositionen verzeichnen. Auch der Anteil der Führungskräfte in Teilzeit und der Väter, die von ihrem Anspruch auf Elternzeit Gebrauch machen, steigt kontinuierlich an. Beim Anteil schwerbehinderter Beschäftigter liegen wir konzernweit stets deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent.

BETEILIGUNG AM ZWEITEN DEUTSCHEN DIVERSITY-TAG

Wie bereits im Vorjahr beteiligte sich die Telekom auch 2014 am bundesweiten Aktionstag des Vereins Charta der Vielfalt – dem zweiten Deutschen Diversity-Tag. Mit mehr als 600 Aktionen und rund 350 beteiligten Unternehmen und Organisationen stieß dieser erneut auf große Resonanz. Ein besonders gelungenes Beispiel wurde vonseiten der Telekom-Trainees präsentiert, die eine Kinderolympiade für insgesamt 50 Kinder mit und ohne Behinderung im Alter von 12 bis 15 Jahren ausrichteten. Bereits am Vorabend lud der Personalvorstand Dr. Thomas Kremer die Vertreter der internen Mitarbeiternetzwerke der Telekom zu einem Treffen ein, um mit ihnen das Thema „Diversity als Erfolgsfaktor – Wie vielfältig ist die Deutsche Telekom?“ zu diskutieren.

Außerdem rief die Telekom zu einem Ideenwettbewerb auf. Unter dem Motto „Es ist normal, verschieden zu sein“ sollten Vorschläge eingereicht werden, wie Vielfalt im Unternehmensalltag gelebt werden kann, und die Beschäftigten für das Thema sensibilisiert werden. In der vierwöchigen Aktionszeit wurden insgesamt 166 Ideen eingereicht; zehn davon konnten bereits kurzfristig umgesetzt werden. Die Sieger wurden durch Personalvorstand Dr. Thomas Kremer gewürdigt. Auch 2015 wird sich die Telekom am Deutschen Diversity-Tag beteiligen.

APPELL FÜR MEHR VIELFALT IN DER AUSBILDUNG

Arbeitgeberinnen und Arbeitgeber in Deutschland sollten Vielfalt als Chance begreifen und sich bei der Auswahl von Auszubildenden weniger von Stereotypen und Vorurteilen leiten lassen; diesen Appell veröffentlichten 19 große Konzerne – alle Mitglied der Charta der Vielfalt – gemeinsam mit Staatsministerin Aydan Özoğuz, der Beauftragten der Bundesregierung für Migration, Flüchtlinge und Integration, im November 2014. Auch die Telekom gehörte zu den Unterzeichnern und zeigt schon heute durch diverse Programme eine große Vielfalt bei der Förderung der Auszubildenden. Hintergrund ist der zunehmende Mangel an Auszubildenden, von dem laut einer aktuellen Umfrage der Deutschen Industrie- und Handelskammer bereits mehr als jeder zweite Betrieb in Deutschland betroffen ist.

AUSGEZEICHNETE VIELFALT BEI T-SYSTEMS

T-Systems Südafrika

Gleich fünfmal wurde T-Systems Südafrika im August 2014 für ihr Diversity-Engagement bei den „Gender Mainstreaming Awards“ ausgezeichnet. Jeweils einen ersten Platz erhielt sie in den Kategorien: „Women on Board“, „Gender and Poverty Alleviation“ und „Investing in Young Women“. Auf den zweiten Platz gelangte sie mit ihrem Engagement für die Stärkung der Rolle der Frau. Zusätzlich zu diesem Erfolg in vier der fünf bewerteten Kategorien gewann T-Systems Südafrika außerdem den „Gender Mainstreaming“-Gesamtpreis.

Besonders gefreut haben wir uns über die Würdigung des freiwilligen Engagements von T-Systems für mehr Frauen in Führungspositionen. Seit dem 1. Februar 2014 besteht der fünfköpfige Vorstand der T-Systems Südafrika aus drei Frauen. Auch die Vergabe des „Gender and Poverty Alleviation Award“ bedeutet eine besondere Anerkennung. Der Preis ehrt herausragende Leistungen in der Armutsbekämpfung mit besonderem Akzent auf die Förderung von Frauen. Mit der Vergabe an T-Systems Südafrika honorierten die Preisrichter deren Beteiligung am Aufbau des Hazyview Digital Learning Centre (HDLC) in Mpumalanga. Das Zentrum, das überwiegend von Frauen besucht und betrieben wird, vermittelt Schülern der Region Schlüsselkompetenzen in Bereichen wie IT, Tourismus oder in der englischen Sprache.

T-Systems Singapur
Zuvor war bereits T-Systems Singapur für gelebte Vielfalt und Inklusion ausgezeichnet worden: Zusammen mit sieben weiteren Unternehmen erhielt die Landesgesellschaft des Stadtstaats im März 2014 den von der Tripartite Alliance for Fair and Progressive Employment Practices ausgeschriebenen „Exemplary Employer Award 2014“. Der Verleihung voraus ging ein intensiver Auswahlprozess mit Befragungen und Besuchen an den Arbeitsstätten vor Ort.

CHANCENGLEICHHEIT FÜR MENSCHEN MIT EINSCHRÄNKUNGEN

Mit einem breiten Angebot an unterstützenden Maßnahmen tragen wir kontinuierlich dazu bei, Chancengleichheit für Menschen mit Einschränkungen und damit Inklusion zu realisieren. Seit Jahren übererfüllen wir bereits den vorgeschriebenen Mindestanteil von 5 Prozent schwerbehinderten Beschäftigten und liegen damit an der Spitze der DAX-30-Unternehmen, aktuell hat der Konzern in Deutschland eine Schwerbehindertenquote von über 7 Prozent. 2014 ergänzten wir unser Portfolio an unterstützenden Maßnahmen: Für gehörlose Beschäftigte erweiterten wir die technischen Möglichkeiten unserer Anlagen zur Bildtelefonie und bauten so weitere Kommunikationsbarrieren ab. Außerdem führten wir für unsere blinden und stark sehbehinderten Beschäftigten einen speziellen Service ein, der es ihnen erlaubt, unterstützende Computertechnologien noch einfacher zu nutzen.

DEMOGRAFISCHER WANDEL ALS CHANCE

Um die Chancen einer älter werdenden Mehrgenerationenbelegschaft zu nutzen, gründeten wir bereits 2013 eine Arbeitsgruppe zum Demografie-Management, die sich vor allem mit folgenden Themen befasst:

- Förderung des lebenslangen Lernens und Austausch von Know-how
- Erhalt und Steigerung der Gesundheit
- Unterstützung einer alterssensiblen Führungskultur
- Aufbau eines flexiblen Arbeitsumfelds für alle Lebensphasen
- Altersbezogene Prognose der Personalbestandsentwicklung

Unsere Führungskultur spielt eine zentrale Rolle bei der Umsetzung demografiebezogener Veränderungen. Im Rahmen verschiedener Entwicklungsprogramme informieren wir daher unsere Führungskräfte gezielt zum Leistungspotenzial von älteren Beschäftigten und über das Thema altersübergreifende Zusammenarbeit. Auch unsere Weiterbildungsangebote passen wir an die Lernpräferenzen von Beschäftigten unterschiedlicher Generationen an. Dabei berücksichtigen wir unter anderem die Ergebnisse einer Studie von Telekom Training, der zufolge die bisherige Lernerfahrung – und damit mittelbar das Alter – eine wesentliche Einflussgröße in Bezug auf Lerntyp, Lernverhalten und Lernpräferenz ist.

INITIATIVE FÜR GRÖSSEREN FRAUENANTEIL IN FÜHRUNGSPOSITIONEN

Als erstes DAX-30-Unternehmen hatten wir uns 2010 eine Frauenquote gesetzt. Seither stieg der Anteil von Frauen in Führungspositionen von 19 Prozent (Februar 2010) auf 25,6 Prozent (Dezember 2014).

- In unseren Aufsichtsräten stieg der Frauenanteil international von 7,4 Prozent auf 22,6 Prozent und national von 17,7 Prozent auf 28,1 Prozent.
- Im internationalen Managementteam unterhalb des Konzernvorstands konnten wir den Anteil der weiblichen Mitglieder von zwei auf acht von 55 Mitgliedern steigern.
- Auch bei T-Systems konnten wir den Anteil von Frauen unter den mittleren und oberen Führungskräften innerhalb von vier Jahren von 12,1 Prozent auf 15 Prozent im Jahr 2014 erhöhen.

Wir verankern die Förderung des Frauenanteils konsequent im Konzern. Zu den innovativen Maßnahmen in diesem Jahr zählten die Bereitstellung der Talentplattform „Talents@Telekom“, mit der wir die Sichtbarkeit auch der weiblichen Talente konzernweit verbesserten, unser Programm zur Vorbereitung von Frauen auf einen Posten im Aufsichtsrat sowie die Vorbereitung eines E-Mentoring-Programms, das künftig zeitnahes Mentoring sicherstellen soll.

PROGRAMM MACHT FRAUEN FIT FÜR AUFSICHTSRÄTE

Als erster DAX-Konzern haben wir im November 2014 ein Programm zur Vorbereitung von Frauen auf einen Posten im Aufsichtsrat ins Leben gerufen. Mit dem in Kooperation mit der European School of Management and Technology (ESMT) entwickelten dreimoduligen Schulungsprogramm wollen wir einen Pool von potenziellen Aufsichtsratskandidatinnen für unsere in- und ausländischen Beteiligungsgesellschaften schaffen. Die zweitägigen Schulungen starteten im Dezember mit 29 Teilnehmerinnen aus verschiedenen Ländern und Businesssegmenten und werden am 1. Juli abgeschlossen sein. Neben den klassischen Inhalten werden vor allem auch Praxisinput erfahrener Aufsichtsräte, Fallstudien aus dem Konzern und Simulationen von Aufsichtsratssitzungen angeboten.

Aktuell liegt der Frauenanteil in den Aufsichtsräten der nationalen und internationalen Gesellschaften bei über 25 Prozent. Insgesamt sind knapp 260 Sitze in den internen Aufsichtsratsgremien des Konzerns zu besetzen.

MENTORING-PROGRAMM FÜR FACH- UND FÜHRUNGSKRÄFTE IN ELTERNZEIT

Unsere vielfältigen Mentoring-Programme für verschiedene Zielgruppen haben wir 2013 um ein weiteres spezielles Angebot ergänzt. Im Oktober 2014 startete der zweite Durchgang unseres im Jahr 2012 ins Leben gerufenen Mentoring-Programms für Nachwuchskräfte der Fach- und Führungsebenen, die sich vor, in oder nach der Elternzeit befinden. In all diesen Phasen können sie sich von einer erfahrenen Führungskraft als Mentor oder Mentorin beraten lassen. 2014 nehmen rund 31 Tandems – also insgesamt 61 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – an dem Programm teil, im Durchgang zuvor waren es 36 Tandems. Die Laufzeit beträgt circa 18 Monate.

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des ersten Durchgangs äußerten sich in einer abschließenden Befragung sehr zufrieden mit dem neuen Modell; knapp 20 Prozent konnten sich sogar während ihrer Elternzeit beruflich weiterentwickeln.

FÜHRUNGSKRÄFTE ALS BOTSCHAFTER FÜR FLEXIBLES ARBEITEN

Um flexible Arbeitsmodelle im Unternehmen weiter zu etablieren, rief die Telekom 2014 alle oberen Führungskräfte in Deutschland auf, sich

an einem Pilotprojekt zum flexiblen Arbeiten zu beteiligen. 82 Führungskräfte erklärten sich bereit, von Juni bis Dezember eines der zahlreichen bei der Telekom angebotenen flexiblen Arbeitszeitmodelle wie Teilzeit, Home Office oder Elternzeit zu nutzen.

Die meisten Teilnehmer konnten im Projektzeitraum ihre eigene Work-Life-Balance verbessern, indem sie Konflikte zwischen Arbeit und Privatleben deutlich verringern konnten. Auf Basis der Erfahrungen der Führungskräfte wurden unter anderem die bestehenden Instrumente verbessert und gemeinsame Empfehlungen entwickelt. Die wissenschaftliche Begleitung übernahm dabei die Universität Köln. Als Botschafter für flexibles Arbeiten übernehmen die Führungskräfte eine bedeutsame Rolle dabei, den Wandel „weg von der Präsenz- und hin zur Ergebniskultur“ weiter im Unternehmen voranzutreiben.

KOMMUNIKATIONSKAMPAGNE ZU WORK-LIFE-ANGEBOTEN

Mit einer Kommunikationskampagne wollen wir die Bekanntheit und Akzeptanz unserer Work-Life-Angebote weiter steigern und einen offenen Diskurs über die bestehenden Herausforderungen in diesem Bereich herbeiführen. Den Auftakt machte im September 2014 ein Chat-Angebot des kommissarischen Personalvorstands Dr. Thomas Kremer im internen Social Network der Telekom (TSN), das auf hohe Resonanz stieß. Im Februar 2015 ging ein neues Intranet-Portal mit zielgruppenbezogenen Informationen zu unseren entsprechenden Angeboten online. Darüber hinaus entwickelten wir eine Informationsbroschüre für Beschäftigte und Bewerber sowie einen Film über das Thema Work-Life. Die Kampagne wird im Jahr 2015 ausgeweitet, mit dem Ziel, den Bekanntheitsgrad der Work-Life-Angebote weiter zu erhöhen.

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT UND PARTIZIPATION

Die Telekom hat den Anspruch, der führende europäische Telekommunikationsanbieter zu werden. Eine wichtige Voraussetzung dafür ist eine leistungsfähige Organisation mit engagierten und gesunden Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Als verantwortungsbewusster Arbeitgeber nehmen wir die Anliegen unserer Beschäftigten ernst und bieten ihnen die Möglichkeit, sich mit ihren individuellen Stärken innerhalb unseres Konzerns einzubringen. Die Einbeziehung unserer Beschäftigten und ihrer Ideen ist zugleich ein wichtiger Hebel für die Förderung der Innovationskultur und die kontinuierliche Verbesserung unserer Prozesse und Dienstleistungen.

MANAGEMENTANSATZ

Wir pflegen einen offenen Dialog und produktiven Austausch mit unseren Beschäftigten. Ein wichtiges Instrument hierfür ist das Telekom Social Network (TSN), über das auch unsere Führungskräfte regelmäßig in den direkten Austausch mit unseren Beschäftigten treten. Die Mitarbeiterbefragung ist ein zentraler Bestandteil der konzernweiten Feedbackkultur. Sie identifiziert relevante Treiber für Gesundheit und Engagement in Organisationen. Ergänzt wird sie durch die Pulsbefragung, mit der zweimal jährlich ein konzernweites Stimmungsbild eingeholt wird. Auch unser konzernweites Ideenmanagement entwickeln wir kontinuierlich weiter. Darüber hinaus bieten wir unseren Beschäftigten vielfältige Möglichkeiten, das Unternehmensengagement aktiv mitzugestalten, zum Beispiel in Form von Corporate-Volunteering-Einsätzen.

Grundlage dafür bilden die konzernweiten Guiding Principles und die Employee Relations Policy.

Sowohl bei unserer konzernweiten Mitarbeiterbefragung als auch beim Ideenmanagement können wir eine zunehmende Beteiligung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verzeichnen. Mit 70 Prozent übertraf die Beteiligungsquote an der konzernweiten Pulsbefragung im Jahr 2014 erneut die der Vorjahre; auch die gemessene Zufriedenheit lag höher als in den Jahren zuvor. Beim Ideenmanagement wurde mit zehn Ideen pro 100 Beschäftigte die höchste je gemessene Beteiligung erzielt sowie mit 107 Millionen Euro auch eine sehr hohe Nutzensumme in Form von Einsparungen und zusätzlichem Umsatz erreicht.

AM PULS DES UNTERNEHMENS: UNSERE MITARBEITERBEFRAGUNGEN

Die Meinung unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter spielt eine wichtige Rolle bei der Weiterentwicklung des Konzerns. Wir befragen daher regelmäßig unsere Beschäftigten zu relevanten Themen, die Engagement und Gesundheit von Organisationen beeinflussen. Unsere wichtigsten Instrumente hierfür sind die regelmäßig durchgeführte konzernweite Mitarbeiterbefragung und die halbjährliche Pulsbefragung, mit der wir fortlaufend ein aktuelles Stimmungsbild einholen. Sie dient unter anderem dazu, die Wirksamkeit der im Zuge der Mitarbeiterbefragung eingeleiteten Maßnahmen zu prüfen und aufzuzeigen, wo gegebenenfalls Anpassungen erforderlich sind.

Beide Instrumente genießen eine hohe Akzeptanz. So beteiligten sich rund 70 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der letzten Pulsbefragung im November 2014. Die Ergebnisse liegen insgesamt auf einem guten bis sehr guten Niveau; gesteigert haben sie sich im Jahresvergleich November 2013 und November 2014 insbesondere bei den Themen Akzeptanz der Veränderungen im Konzern und Strategieverständnis. Die nächste konzernweite Mitarbeiterbefragung werden wir im April/Mai 2015 durchführen.

HOHE BETEILIGUNG AN KONZERNWEITEM IDEENMANAGEMENT

Das Ideenmanagement nimmt einen zentralen Platz bei der Förderung von Innovationen in unserem Unternehmen ein. 2014 haben sich wieder viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter daran beteiligt: Allein in Deutschland reichte jeder zehnte Beschäftigte eine neue Idee bei unserem konzernweiten Ideenmanagement ein. Dies belegt das große Interesse unserer Beschäftigten, aktiv an der Verbesserung unserer Produkte und Services mitzuwirken. Der wirtschaftliche Nutzen der insgesamt 13 231 Vorschläge belief sich auf 107 Millionen Euro in Form von Einsparungen oder neuen Geschäftspotenzialen. Besondere Ereignisse nehmen wir ebenfalls zum Anlass, um zu Ideenaktionen aufzurufen, wie beispielsweise den zweiten Deutschen Diversity-Tag am 3. Juni 2014.

PROGRAMM ZUR EINBINDUNG VON EHEMALIGEN GESTARTET

Mit dem Programm „Zukunft braucht Herkunft“ möchte die Telekom die Leistungen und die Loyalität ihrer mehr als 130 000 ehemaligen Beschäftigten und heutigen Ruheständler stärker würdigen. Wir wollen in einen regelmäßigen Austausch mit Ehemaligen treten und dabei auch von ihrem Know-how und ihren Ideen profitieren.

Im Juli 2014 lud der Vorstandsvorsitzende Timotheus Höttges alle ehemaligen Telekom-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter ein, sich auf einer eigens eingerichteten Internet-Seite anzumelden und zunächst ihr Interesse an verschiedenen Angeboten wie regionalen Veranstaltungen mit Führungskräften, dem Ausbau des Internet-Angebots für Ehemalige oder der Teilnahme an Produktvorstellungen und -tests zu bekunden. Außerdem haben sie die Möglichkeit, einen Newsletter und das Mitarbeitermagazin zu abonnieren. Auf Basis der Rückmeldungen werden wir das Programm gemeinsam mit den Teilnehmern weiterentwickeln, um es passgenau auf die Bedürfnisse und Interessen der Zielgruppe auszurichten.

Mit rund 15 000 Anmeldungen und mehr als 750 eingegangenen Fragen und Anregungen stieß „Zukunft braucht Herkunft“ bisher auf breites Interesse. Der Newsletter und das Mitarbeitermagazin werden bereits regelmäßig versendet, erste regionale Vernetzungstreffen sind geplant.

LIEFERANTEN

Nach dem RobecoSAM-Rating gehört die Telekom zu den Branchenführern in der Kategorie nachhaltiges Lieferantenmanagement.

ICT-Produkte werden oft in Ländern gefertigt, in denen Arbeitnehmerrechte und Umweltstandards nicht als selbstverständlich gelten. Die Telekom arbeitet als einer der weltweit größten Telekommunikationsdienstleister systematisch daran, eine nachhaltige ICT-Lieferkette aufzubauen. Die Basis hierfür sind vertrauensvolle und langfristige Beziehungen zu unseren Lieferanten sowie eine Reihe bewährter Instrumente, Methoden und Maßnahmen.

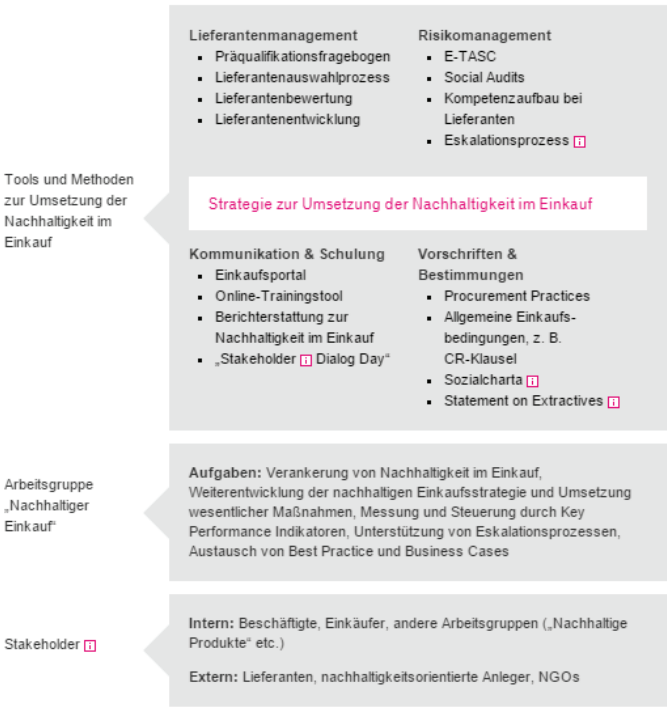
Wir legen großen Wert darauf, unsere Stakeholder in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für sie und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):



STRATEGIE ZUR NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF

Nichtregierungsorganisationen (NGOs) und Medien decken immer wieder Verstöße gegen Menschen- und Arbeitnehmerrechte sowie Umweltschutzstandards in der Lieferkette für Telefone, Laptops oder andere ICT-Produkte auf. Als einer der weltweit größten Telekommunikationsdienstleister mit mehr als 30 000 Lieferanten aus über 80 Ländern nehmen wir diese Problematik sehr ernst. Wir nutzen effektive Managementinstrumente, um bei Zulieferern und Herstellern menschenwürdige Arbeitsverhältnisse und einen wirksamen Umweltschutz durchzusetzen.

Nachhaltigkeit im Einkauf der Deutschen Telekom
Methoden, Tools und Stakeholder



MANAGEMENTANSATZ

Die Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, ihre Wertschöpfungskette kontinuierlich nachhaltiger zu gestalten. Mit unserer nachhaltigen Einkaufsstrategie haben wir dafür die Voraussetzung geschaffen: Wir befolgen konzernweit Grundsätze einer sozial- und umweltverträglichen Beschaffung und steuern unsere Prozesse mithilfe interner und externer Leistungskennzahlen und Managementinstrumente.

Grundlegende Normen und Standards

Die Telekom hat sich mit ihren Leitlinien und Selbstverpflichtungen soziale und ökologische Mindeststandards für ihr Unternehmenshandeln auferlegt. Auch von unseren Lieferanten fordern wir, diese einzuhalten. Hierfür verwenden wir die folgenden Dokumente:

- unseren konzernweit gültigen Code of Conduct,
- die Sozialcharta,
- die Fraud Policy der Telekom,
- das „Coltan Statement“ und
- das „Statement on Extractives“ sowie die
- CR-Klausel als Bestandteil unserer Allgemeinen Einkaufsbedingungen.

Mit der Sozialcharta bekennen wir uns zu den Leitlinien der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) sowie zu der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und zum Global Compact der Vereinten Nationen.

Verankerung im Unternehmen

Die Strategie zur Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf ist aus der CR-Strategie abgeleitet und konzernweit fest in unseren Einkaufsprozessen verankert. Die Arbeitsgruppe „Nachhaltiger Einkauf“ (Sustainable Procurement Working Group, SPWG) erarbeitet Empfehlungen zur Umsetzung unserer nachhaltigen Einkaufsstrategie und steht unseren Mitarbeitern bei Einkaufsentscheidungen zur Seite. Die Gesamtverantwortung für das Thema „Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf“ tragen die Leiterinnen des CR- und Einkaufsbereichs gemeinsam. Sie berichten direkt an die Vorstandsbereiche Personal beziehungsweise Finanzen. In gravierenden Fällen sieht unser etablierter Eskalationsprozess Entscheidungen auf Vorstandsebene vor. Auch für das Joint Venture BuyIn wurden Voraussetzungen für einen nachhaltigen Einkauf geschaffen.

Als Orientierung für unsere Einkäufer haben wir unsere Nachhaltigkeitsprinzipien in der Konzernrichtlinie „Global Procurement Policy“ fixiert. Die dazugehörigen „Procurement Practices“ liefern entsprechende Handlungsanweisungen für den Einkauf in Deutschland. Unsere Mitarbeiter schulen wir über ein E-Learning-Tool, das seit 2014 in überarbeiteter Form zur Verfügung steht. Unter anderem können sich unsere Einkäufer dort informieren, wie die Nachhaltigkeitsprinzipien im täglichen Geschäft umzusetzen sind.

Steuerung durch ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“

Unsere Nachhaltigkeitsleistung in der Beschaffung messen und steuern wir mit dem ESG Key Performance Indikator (ESG KPI) „Nachhaltiger Einkauf”. Dieser stellt das Einkaufsvolumen von Lieferanten, die im Rahmen von Selbstauskünften, E-TASC oder Social Audits auf soziale und ökologische Kriterien geprüft wurden, in Beziehung zu unserem gesamten Einkaufsvolumen. Unser Ziel ist es, bis 2015 75 Prozent hiervon abzudecken. In den Folgejahren streben wir an, diesen Wert kontinuierlich weiter zu erhöhen.

Bewertung des Lieferantenmanagements in Nachhaltigkeitsrankings
Jedes Jahr bewerten führende Ratingagenturen die Nachhaltigkeitsleistung von Großunternehmen. Im RobecoSAM Corporate Sustainability Assessment 2014 erreichte die Deutsche Telekom in der Kategorie Lieferantenmanagement 93 von 100 Punkten (2013: 88 Punkte) und gehört damit zu den Branchenführern.

Mit unserem Lieferantenmanagement konnten wir auch die italienische Nichtregierungsorganisation (NGO) „Acquisti & Sostenibilità" überzeugen. In deren 2014 erschienener Studie „Sustainable Supply Chain Review" erreichten wir unter 430 multinationalen Unternehmen aus 30 Branchen den ersten Platz.

ARBEITSGRUPPE „NACHHALTIGER EINKAUF"

Die Arbeitsgruppe Nachhaltiger Einkauf (Sustainable Procurement Working Group, SPWG) dient uns seit 2007 als Instrument für die flächendeckende Umsetzung sozialer und ökologischer Standards im Einkauf. Der SPWG gehören Vertreter aller funktionalen Einkaufsbereiche (wie „Endgeräte" oder „IT") sowie Repräsentanten der Landesgesellschaften und Verantwortliche von T-Systems International an. 2014 lag der Fokus unserer Arbeitsgruppe Nachhaltiger Einkauf darauf, das Nachhaltigkeitsmanagement im Einkauf aller internationalen Landesgesellschaften zu harmonisieren.

Bei einer Veranstaltung im März 2014 wurden den Teilnehmern noch einmal alle grundsätzlichen Elemente der Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf vermittelt. Neu eingeführte, monatliche Telefonkonferenzen ermöglichten darüber hinaus Wissensaustausch, Fortschrittsprüfung und eine enge Einbindung der Teilnehmer bei der Lieferantenqualifizierung: Hierzu werden ein Großteil der strategischen Lieferanten oder solche mit erhöhtem Risiko über die Plattform EcoVadisbeziehungsweise durch Audits gezielt auf Nachhaltigkeitskriterien geprüft. Mit einer konzernweiten Roadshow gehen wir seit Juni 2014 unmittelbar auf die individuellen Bedürfnisse der einzelnen Landesgesellschaften ein.

MIT ZULIEFEREN UND NGOS IM DIALOG

Am 26. März 2014 fand der sechste „Sustainable Procurement Dialog Day" in der Konzernzentrale der Deutschen Telekom in Bonn statt. Insgesamt 108Teilnehmer – darunter ausgewählte internationale Lieferanten, Vertreter von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) sowie aus Politik und Wissenschaft und Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen der Telekom – nahmen an der Dialogveranstaltung teil. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie ethische Verantwortung in globalen Wertschöpfungsketten noch besser gesteuert und umgesetzt werden kann. Drei Arbeitsgruppen diskutierten die Themen menschenrechtliche Sorgfaltspflicht, Konfliktrohstoffe und Rahmenbedingungen für bessere Zusammenarbeit zwischen Zulieferern und Abnehmern.

Eine der drei Arbeitsgruppen diskutierte, wie effektive menschenrechtliche Sorgfaltspflicht für die Telekom aussehen könnte. Die Teilnehmer betonten, dass die Sorgfaltspflicht an die Erfordernisse im jeweiligen Land angepasst werden müsse. Dazu gehörten insbesondere die Aufklärung der Mitarbeiter über ihre Rechte und die Information von Konsumenten über den Umgang mit digitalen Gefahren. Für den Aufbau eines funktionierenden Nachhaltigkeitsmanagements vor Ort komme es zudem auf eine gute Zusammenarbeit mit staatlichen Institutionen, ICT-Unternehmen, Zulieferern und anderen Stakeholdern an.

Um die Zusammenarbeit mit Lieferanten zu verbessern und zu vereinfachen, empfahlen die Teilnehmer des Dialog Day, gemeinsame Standards und Nachhaltigkeitsanforderungen zu entwickeln, welche für möglichst viele Unternehmen der ICT-Branche gelten. Auf diese Weise soll auch vermieden werden, dass Lieferanten unterschiedliche Anforderungen ihrer diversen Auftraggeber prüfen und erfüllen müssen. Im Rahmen eines 2014 gestarteten Projekts strebt die Deutsche Telekom daher an, die Lieferantenanforderungen unternehmensübergreifend weiter zu standardisieren. Maßgeblich daran beteiligt sind der französische Telekommunikationsdienstleister Orange und das gemeinsame Joint Venture Buyin. Gleichzeitig wurde auf die Wichtigkeit des partnerschaftlichen Austauschs mit Zulieferern hingewiesen, um beiderseitiges Vertrauen aufzubauen und zu erhalten.

CR STAKEHOLDER DIALOG DAY IN CHINA: NACHHALTIGKEIT ALS WETTBEWERBSVORTEIL

Den siebten CR Stakeholder Dialog Day veranstalteten wir im November 2014 im chinesischen Shenzhen. Wie nachhaltiges Wirtschaften angesichts des globalen Wandels aussehen kann, diskutierte die Telekom mit 118Teilnehmern. Eingeladen waren Lieferanten und Fachleute aus Politik, Zivilgesellschaft, Wirtschaft und Wissenschaft, darunter namhafte Vertreter des chinesischen Umweltministeriums.

Birgit Klesper, Senior Vice President Group Transformational Change and Corporate Responsibility, machte zum Auftakt deutlich: „Corporate Responsibility ist keine Frage von Wohltätigkeit. Verantwortungsvolles Wirtschaften ist auch ein Wachstumstreiber." Um hohe Umwelt- und Sozialstandards in der Lieferkette aufrechtzuerhalten, wurde unter anderem das Programm „Together for Sustainability"zur nachhaltigen Lieferantenentwicklung ins Leben gerufen. „Durch deutlich höhere Rückkehrquoten zufriedener Mitarbeiter zahlen sich die Investitionen schon nach wenigen Monaten aus", betonte Eva Wimmers, Senior Vice President Group Procurement der Telekom.

Die Arbeitsbedingungen müssen sich schon wegen des demografischen Wandel ändern. Jungfeng Zhang, stellvertretender Direktor des Internationalen Instituts für Arbeitssicherheit im chinesischen Ministerium für Humanressourcen und soziale Sicherheit, stellte fest: „Die junge Generation hat heute viel mehr Möglichkeiten und nutzt ihre eigene Stimme. Vor allem chinesische Arbeitgeber müssen sich darauf einstellen, um in Zukunft qualifizierte Mitarbeiter rekrutieren und halten zu können."

Der Dialog in Shenzhen verdeutlichte, dass den Herausforderungen unserer Zeit nur in enger Kooperation von ICT-Industrie, Politik und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) begegnet werden kann.

UP TO DATE DANK E-LEARNING

Nachhaltigkeit im Einkauf hat durch unsere „Global Procurement Policy" eine genau geregelte Struktur. Damit die Mitarbeiter im Einkauf der Landesgesellschaften die Richtlinie praxisnah umsetzen können, vermitteln wir ihnen die Handlungsanweisungen über das E-Learning-Tool „Nachhaltigkeit im Einkauf". Im Training werden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über wichtige CR-Maßnahmen und Prozesse informiert und ihr Wissen wird geprüft. Beispielsweise erklärt das Tool detailliert, welche Schritte umzusetzen sind, um im Falle von Missständen Gegenmaßnahmen einzuleiten (Eskalationsprozess).

Im Jahr 2014 wurde das Tool in einem mehrwöchigen Prozess komplett überarbeitet und aktualisiert. Über das E-Learning haben wir zwischen August und Dezember 2014 insgesamt 490Mitarbeiter erfolgreich geschult.

LIEFERANTENMANAGEMENT

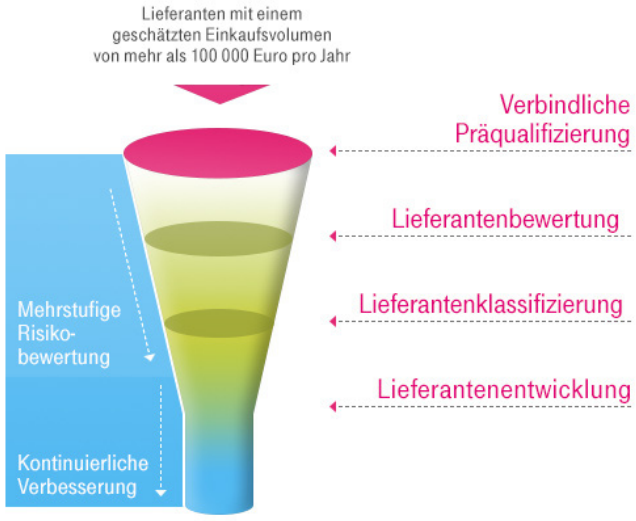
Die Telekom pflegt Geschäftsbeziehungen zu über 30000 Lieferanten in mehr als 80Ländern. Dabei setzen wir einerseits auf Vertrauen und Dialog, andererseits auf Kontrolle und leisten konkrete Unterstützung bei der Umsetzung von Nachhaltigkeitsstandards. Verschiedene Instrumente, Methoden und Maßnahmen helfen uns, die Nachhaltigkeitsleistung in unserer Lieferkette zu verbessern. Grundsätzlich versuchen wir, die Ursache der Probleme zu erkennen und in engem Austausch mit unseren Lieferanten zu lösen.

MANAGEMENTANSATZ

Je nach Entwicklungsstand einer Lieferantenbeziehung verwenden wir verschiedene Instrumente, um unsere Lieferkette nachhaltiger zu gestalten. Bei Ausschreibungen wird seit Juni 2013 das Thema Nachhaltigkeit mit 10Prozent gewichtet. Damit schaffen wir bei Ausschreibungen einen wirksamen Anreiz für Lieferanten, nachhaltigere Produkte und Dienstleistungen anzubieten.

Darüber hinaus verwenden wir einen vierstufigen Ansatz, um Risiken zu minimieren und Lieferanten weiterzuentwickeln. Das Trichter-Schaubild zeigt diesen Prozess: Bei potenziellen Lieferanten mit einem Bestellvolumen von mehr als 100 000 Euro pro Jahr fragen wir über unser Lieferantenmanagementsystem zunächst 16nachhaltigkeitsrelevante Aspekte ab (Stufe1). Diese beziehen sich auf Menschenrechte, Korruption sowie Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz.

Risikominimierung und Lieferantenentwicklung



Strategisch relevante oder risikoreiche Lieferanten rufen wir in der weiteren Geschäftsbeziehung dazu auf, ausführlichere Selbstauskünfte über das Informationssystem EcoVadis zu geben. Experten werten diese anhand weiterer Hintergrundinformationen und gezielter Recherchen aus. Bei einigen Zulieferern mit erhöhtem CR-Risiko gehen wir noch einen Schritt weiter und führen Lieferantenprüfungen (Social Audits) vor Ort durch (Stufe 2). Wir konzentrieren uns dabei nicht nur auf direkte Lieferanten der Telekom, sondern – soweit möglich – auch auf Zulieferer in der nachgelagerten Lieferkette.

Die Effektivität der Audits steigern wir außerdem, indem wir mit inzwischen neun anderen Unternehmen in der Joint Audit Cooperation (JAC) zusammenarbeiten. Durch die steigende Zahl der JAC-Mitglieder können wir bei gemeinsamen Lieferanten eine höhere Zahl an Audits realisieren.

Auf Basis dieser Auskünfte und Auditergebnisse klassifizieren und bewerten wir Lieferanten – im Wesentlichen solche, die mehrere Warengruppen anbieten – nach CR-Kriterien (Stufe 3). Dies erfolgt anhand von Lieferanten-Scorecards, die uns eine Bewertung der Nachhaltigkeitsleistungen von Lieferanten sowie Vergleiche mit anderen Zulieferern auf einen Blick ermöglichen. Die Einschätzung erfolgt auch auf Basis von Presseinformationen und Berichten von Nichtregierungsorganisationen (NGOs). In enger Kooperation mit ausgewählten Lieferanten arbeiten wir außerdem an akuten Problemen und verbessern in einem länger angelegten Prozess deren Nachhaltigkeitsleistung. Diesem Zweck dient vor allem unser Entwicklungsprogramm für Lieferanten (Stufe 4). Bei signifikanter Missachtung unserer Anforderungen starten wir einen Eskalationsprozess, um eine schnelle Lösung gemäß den Nachhaltigkeitsstandards der Deutschen Telekom zu erwirken. Die Ergebnisse der Lieferantenprüfungen und Abhilfemaßnahmen werden zentral erfasst.

ENTWICKLUNGSPROGRAMM FÜR LIEFERANTEN GESTARTET

Auf dem Weg hin zu einer nachhaltigen Beschaffung sind wir 2014 einen weiteren wichtigen Schritt vorangekommen. Im Juni 2014 haben wir ein wegweisendes Pilotprojekt gestartet. Mit drei wichtigen Lieferanten aus den Bereichen Endgeräte und Netzwerktechnik arbeiten wir im Programm „Together for Sustainability“ zusammen. Ziel ist es, für Themen wie Arbeitszeitregelungen oder Gesundheitsschutz gemeinsam Lösungen zu finden und so letztlich auch Wettbewerbsvorteile zu erzielen. Eine klare Win-win-Situation für unsere Lieferanten und uns, denn: Bessere Arbeitsbedingungen wirken sich positiv auf die Bindung und Motivation der Beschäftigten aus, steigern die Produktivität und verbessern die Qualität der Produkte.

Bereits wenige Monate nach Projektstart gab es erste messbare Erfolge. So konnten beispielsweise die Überstunden um 30 Prozent reduziert werden, bei einer gleichzeitigen Anhebung der Gehälter um 15 Prozent sowie einem Anstieg der Mitarbeiterzufriedenheit um 6Prozent. 2015 werden wir fünf weitere Lieferanten in das laufende Projekt aufnehmen.

ANTI-KORRUPTIONS-TRAININGS FÜR LIEFERANTEN

Integrität, Wertschätzung und die Einhaltung von Gesetzen sind die Grundlagen unseres Geschäfts. Umgekehrt erwarten wir auch von den Partnern der Deutschen Telekom, dass sie die Grundsätze guter und regelkonformer Unternehmensführung einhalten. Kleine und mittelständische Unternehmen verfügen aber oft nicht über die notwendigen Ressourcen, um sich ausgiebig mit dem Thema Compliance auseinanderzusetzen.

Seit September 2014 bietet die Deutsche Telekom rund 12 000 Geschäftspartnern in Deutschland Compliance-Schulungen an. Damit unterstützt sie ihre Partner noch stärker, sich nach ethischen und rechtlichen Gesichtspunkten korrekt zu verhalten.

Prävention im Fokus

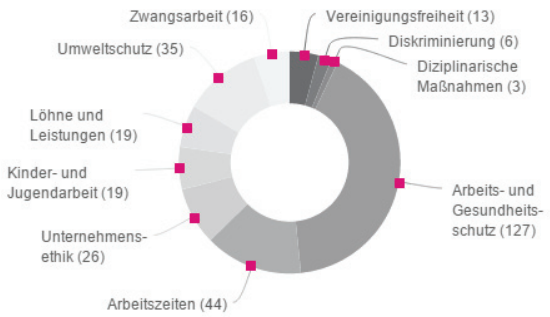
In den Seminaren werden für Compliance relevante Themen wie Korruptionsprävention, Kartellrecht und Nachhaltigkeit thematisiert und das entsprechende Compliance-Managementsystem der Deutschen Telekom vorgestellt. Um möglichst viele Lieferanten zu erreichen, bieten wir außerdem kostenlose Online-Schulungen an. Die Teilnahme ist nicht zwingende Voraussetzung für eine Partnerschaft mit der Telekom, wird aber begrüßt. Zielgruppe sind Mitglieder der Geschäftsführung sowie Mitarbeiter aus den Bereichen Vertrieb und Vertragsmanagement.

AUDITERGEBNISSE 2014

Im Jahr 2014 wurden über das auf Konzernebene aufgesetzte und gesteuerte Auditierungsprogramm insgesamt 45Social Audits durchgeführt – 23 davon bei direkten und 22 bei indirekten Zulieferern der Deutschen Telekom. Wie in den Vorjahren konzentrierten sich unsere Auditaktivitäten dabei insbesondere auf Lieferanten in Asien, vor allem in China. Aber auch in Lateinamerika (zum Beispiel in Mexiko oder Brasilien) und Osteuropa fanden Social Audits statt.

Zu den auditierten Lieferanten gehörten Produzenten aus den Bereichen Terminals, IT-Services, IT-Hardware/Software, Network. Dabei wurden keine Korruptionsvorfälle aufgedeckt.

Auf einen Blick: Auditergebnisse 2014



Legende: Themenbereich (Anzahl der Verstöße)

ERGEBNISSE IM DETAIL

Im Fokus unserer Auditaktivitäten stehen nicht all unsere Lieferanten (über 30 000), sondern strategisch wichtige und/oder besonders risikobehaftete Lieferantengruppen. Wir auditieren deshalb circa 150 Lieferanten regelmäßig in einem Turnus von höchstens drei Jahren. Die Mehrzahl der Audits fand im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) statt. Wesentliche Schwachstellen und erhebliche Verbesserungspotenziale weisen dabei vor allem folgende Bereiche auf:

- Arbeitssicherheit- und Gesundheitsschutz
- Arbeitszeiten
- Umweltschutz

Insgesamt wurden in 350 Fällen Verstöße gegen Lieferantenanforderungen der Telekom aufgedeckt, 100 davon sind als kritisch einzustufen. Bis Ende 2014 konnten bereits 282 (davon 69 kritische) Verstöße behoben werden. Die übrigen Verbesserungsmaßnahmen sind noch nicht abschließend umgesetzt. Beispiele für kritische Funde und abgeschlossene Maßnahmen finden Sie unten.

Arbeitsbedingungen

Bereich	Ergebnisse	Maßnahmen und Verbesserungen
Arbeits- und Gesundheitsschutz	Notausgänge in Arbeits- und Schlafräumen teilweise versperrt.	Beseitigung von Blockaden und Veranlassung der verantwortlichen Personen, stets für freie Notausgänge zu sorgen. Sicherstellung funktionsfähiger und normgerechter Flucht- und Zufahrtswege, Brand- und Rauchabschnitte.
	Fehlende Sicherheitsbeleuchtung über den Notausgängen.	Installation einer angemessenen Sicherheitsbeleuchtung.
	Mangelhafte Brandmeldeanlage, fehlendes Back-up-System, ungenügender Notfallplan.	Einrichtung einer wirksamen Brandmeldeanlage im Schlafsaal. Aktualisierung des Brandschutzkonzepts. Integration aller Brandschutzaspekte in das übergeordnete Notfallmanagement.
	Chemikalienlager unter der Feuertreppe, fehlende Auffangvorrichtung im Lager.	Aufbau eines getrennten und sicheren Chemikalienlagers inklusive Auffangvorrichtung.
	Notstromaggregat in einem Schlafraum, Zweckentfremdung eines anderen Schlafraums als Werkstatt.	Trennung von Schlaf- und Arbeitsräumen.
	Fehlender Brandschutznachweis für Schlafgebäude.	Forderung an Betrieb, Brandschutznachweis für Schlafgebäude immer zur Verfügung stellen zu können.

Arbeitszeiten	Verstöße hinsichtlich täglicher / wöchentlicher / monatlicher Arbeitszeiten gegen SA8000 und lokale Vorschriften.	Anpassung der Fertigung. Korrektur der Bezahlung. Schulungsmaßnahmen. Begrenzung der Überstunden auf drei pro Tag und 36 pro Monat sowie der wöchentlichen Arbeitszeit auf 52 Stunden.
	Fehlende Arbeitszeitbelege.	Forderung ans Management, zukünftig korrekte Arbeitszeitbelege vorzulegen.
Vergütung & Überstundenausgleich	Volle Bezahlung von Überstunden für Akkordarbeiter nur an Werktagen.	Erarbeitung detaillierter Regeln zur Bezahlung von Überstunden. Sicherstellung des Einhaltens lokaler Gesetze bei der Vergütung – auch von Überstunden.

Menschenrechte

Bereich	Ergebnisse	Maßnahmen und Verbesserungen
Jugendarbeit	Einsatz von Jugendlichen in Werkstätten mit einem Geräuschpegel über 80 dB.	Ausschluss der Mitarbeiter im Jugendalter von Arbeitsplätzen mit erhöhten Gesundheitsrisiken. Präventives Erstellen einer Negativliste entsprechender Arbeitsplätze und Integration ins Personalmanagement.
Zwangsarbeit	Keine Lohnfortzahlung im Krankheitsfall und fehlende Richtlinien zum Umgang mit Arbeitsunfähigkeit.	Forderung an den Betrieb, Gehälter entsprechend lokaler Gesetze im Krankheitsfall fortzuzahlen und Richtlinien zum Umgang mit Arbeitsunfähigkeit einzuführen.

Umweltschutz

Bereich	Ergebnisse	Maßnahmen und Verbesserungen
Umwelt	Fehlende Genehmigung für Betrieb eines Röntgengeräts und zur Entsorgung von Röntgenabfällen. Keine gültige Entsorgungsvereinbarung mit fachkundigem Betrieb.	Forderung an Betrieb, von Umweltbehörde ausgestellte Genehmigung sowie eine gültige Entsorgungsvereinbarung vorzulegen.

UNTERNEHMENSETHIK

In Themenfeldern der Unternehmensethik wie beispielsweise Korruption, Bestechung, Compliance oder Schutz intellektuellen Eigentums wurden im Rahmen der Social Audits keine kritischen Verstöße aufgedeckt.

RESSOURCENKNAPPHEIT UND ROHSTOFFGEWINNUNG

Die Herstellung elektronischer Geräte wie Smartphones beeinträchtigt die Umwelt und verbraucht große Mengen an Wasser und Energie. Da sich die Produktionsstätten von Lieferanten und Herstellern teilweise in Regionen befinden, in denen Wasserknappheit herrscht oder die Stromversorgung der Bevölkerung unzureichend ist, spielt die Verfügbarkeit von Ressourcen dort eine größere Rolle als beispielsweise in Deutschland.

In Smartphones und anderen ICT-Produkten werden außerdem wertvolle Rohstoffe wie Metalle verarbeitet. Manche Metalle wie Tantal, Gold, Zinn oder Wolfram werden aus Erzen gewonnen, die teilweise im Osten der Demokratischen Republik Kongo unter menschenunwürdigen beziehungsweise bürgerkriegsartigen Bedingungen gefördert werden. Die Erträge dienen den dortigen Konfliktparteien unter anderem zur Finanzierung von Bürgerkriegen. Die Telekom stellt selbst keine ICT-Produkte her: Sie kauft diese von internationalen Herstellern und vertreibt sie in ihren Geschäften, bietet sie im Rahmen von Dienstleistungen an oder setzt sie in ihrer Netzinfrastruktur ein. Von unseren Lieferanten fordern wir, keinen dieser sogenannten Konfliktrohstoffe zu verwenden. Außerdem unterstützen wir Brancheninitiativen wie die Conflict-Free Sourcing Initiative, die sich für eine nachhaltigere Lieferkette einsetzen.

MANAGEMENTANSATZ

Die Telekom fordert von ihren Lieferanten, die Umwelt zu schützen und verantwortlich mit Ressourcen umzugehen. Diese Anforderungen haben wir in unserer Sozialcharta festgehalten. Außerdem sind sie detailliert in der CR-Klauselaufgeführt, die seit 2013 fester Bestandteil unserer Allgemeinen Einkaufsbedingungen ist. Um ihnen Nachdruck zu verleihen, verlangen wir von unseren Zulieferern Selbstauskünfte und führen Lieferantenkontrollendurch. Dabei prüfen wir unter anderem, ob unsere Lieferanten über ein Umweltmanagementsystem verfügen und wie sie ihren Energie- und Wasserverbrauch managen. Außerdem fragen wir sie explizit nach ihrem Abfallmanagementsystem.

Umgang mit kritischen Rohstoffen

Die Deutsche Telekom arbeitet mit Lieferanten und Brancheninitiativen zusammen, um auf eine verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung hinzuwirken. Dabei macht sie sich unter anderem dafür stark, keine Konfliktrohstoffe in von ihr gehandelten Geräten oder eingesetzter Netztechnik zu verarbeiten.

Die Deutsche Telekom hat bereits 2005 ihr „Coltan Statement“ veröffentlicht und es 2009 zum „Statement on Extractives“ erweitert. Seit 2014 nehmen wir Konfliktfreiheit auch in unsere Produktanforderungen an Hersteller auf. Damit wollen wir sicherstellen, dass sowohl unsere direkten Lieferanten als auch deren Sublieferanten die mit dem Abbau von Rohstoffen verbundenen sozialen und gesellschaftlichen Risiken minimieren. Von unseren Zulieferern erwarten wir die Berücksichtigung des Deutsche Telekom „Statement on Extractives“. Richtlinien zu Konfliktrohstoffen und deren Umsetzung sind auch integraler Bestandteil unserer Lieferantenkontrollen.

In der Kooperation mit den Branchenverbänden Global e-Sustainability Initiative und Electronic Industry Citizenship Coalition tragen wir dazu bei, die Conflict-Free Sourcing Initiative (CFSI)weiterzuentwickeln. Diese unterstützt Unternehmen dabei, Konfliktrohstoffe zu identifizieren und den Handel beziehungsweise die Produktion damit zu vermeiden.

GEGEN KONFLIKTROHSTOFFE: TEILNAHME AN DER CONFLICT-FREE SOURCING INITIATIVE

Die Telekom unterstützt die Conflict-Free Sourcing Initiative (CFSI) seit ihrer Gründung 2008. Dabei handelt es sich um die größte Initiative der Wirtschaft für verantwortungsvolle Rohstoffbeschaffung. Ihr Ziel ist es, Konfliktrohstoffe zu identifizieren und die Förderung sowie den Handel mit ihnen zu verhindern.

Die CFSI geht auf eine seit 2008 bestehende Arbeitsgruppe der Branchenverbände Global e-Sustainability Initiative und Electronic Industry Citizenship Coalition (Extractives Working Group) zur nachhaltigen Rohstoffgewinnung zurück. Seitdem ist die Zahl der Metallverarbeitungs- und Verhüttungsbetriebe, die sich an der CFSI beteiligen, kontinuierlich gestiegen. Insgesamt 150dieser Betriebe sind nach dem einheitlichen Bewertungsprotokoll auditiert (Stand März 2015). Weitere 48 haben sich dazu verpflichtet, das Audit zu absolvieren.

EINBINDUNG UNSERER STAKEHOLDER

Bereits seit 2013 unterstützen wir die breit angelegte Aktion „Saubere Handys“ der katholischen Hilfsorganisation Missio. In diesem Rahmen appelliert Missio an Telefonhersteller, von ihren Lieferanten den Nachweis zu verlangen, dass sie keine Konfliktrohstoffe verwenden. Außerdem thematisierten wir 2014 den verantwortungsvollen Bezug von Rohstoffen bei mehreren Dialogveranstaltungen mit unterschiedlichen Anspruchsgruppen.

Am 31. Mai 2014 diskutierte beispielsweise eine Nachhaltigkeitsexpertin der Telekom Deutschland auf dem Katholikentag in Regensburg mit Referenten aus der Demokratischen Republik Kongo und Experten von Missio Aachen zum Thema „Kongo, Krieg und unsere Handys“.

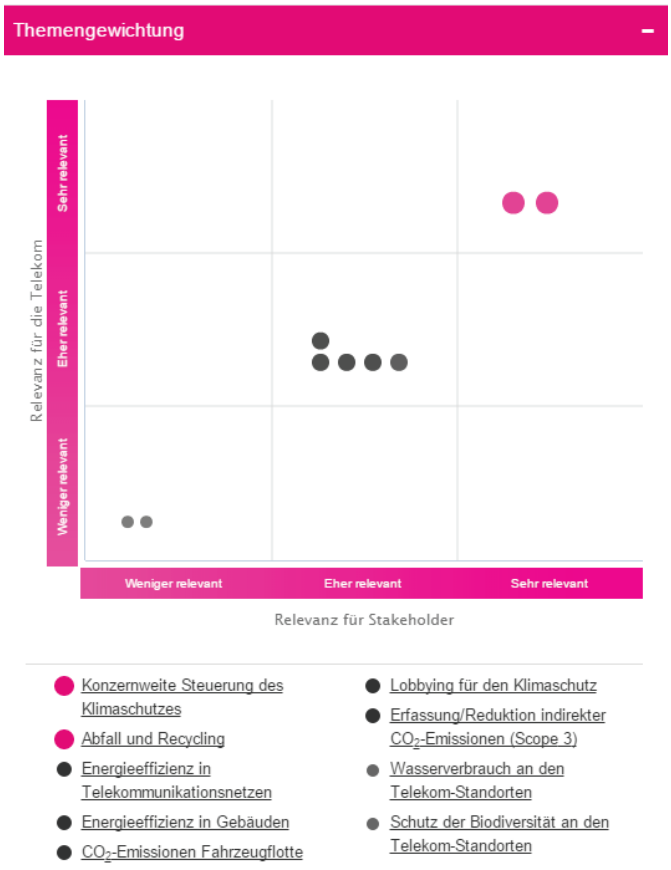
Auch bei unserem sechsten „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ am 26. März 2014 waren Konfliktrohstoffe eines der zentralen Themen. In der Diskussion mit Lieferanten und Nichtregierungsorganisationen wie zum Beispiel Missio wurde deutlich, wie wichtig ein branchenweiter Ansatz ist, um weitreichende Verbesserungen zu erzielen. Nach Meinung der Teilnehmer bietet die europäische Transparenzrichtlinie hierfür noch keine ausreichende Grundlage. Die Deutsche Telekom will sich deshalb zunächst dafür einsetzen, die entsprechenden OECD-Leitlinien bei anderen Unternehmen bekannter zu machen.

KLIMA & UMWELT

Unser Ziel: Unsere CO_2-Emissionen bis 2020 gegenüber 2008 um 20 Prozent verringern.

Als eines der größten Telekommunikationsunternehmen Europas gestalten wir die Gesellschaft mit. Dabei gilt es vor allem, unsere Umwelt zu schonen und weniger Ressourcen zu verbrauchen. Deshalb reduzieren wir konsequent CO_2-Emissionen und Umweltbelastungen und helfen unseren Kunden beim Klimaschutz.

Wir legen großen Wert darauf, unsere Stakeholder in unsere Prozesse einzubinden. Zur Ausrichtung unseres Nachhaltigkeitsmanagements erfassen wir daher systematisch die für sie und uns wesentlichen Themen. Die Ergebnisse unserer Umfrage finden Sie hier (Stand Februar 2015):



KLIMASCHUTZSTRATEGIE

Laut aktuellem Sachstandsbericht des Weltklimarats steigt der globale CO_2-Ausstoß weiter an; die Auswirkungen auf Mensch und Natur werden erheblich sein. Um sie zu mildern und die Erderwärmung zu verlangsamen, bedarf es innovativer Lösungen. Es gibt gute Beispiele, wie ICT zur Emissionsminderung in vielen Branchen, etwa in der Transport- oder der Landwirtschaft, beiträgt. Wir sehen uns in der Verantwortung, unser Geschäft mit solchen Lösungen konsequent weiter ausbauen. Wachsende Datenmengen in unseren Netzen und Rechenzentren führen jedoch auch zu einem steigenden Energiebedarf. Mit Maßnahmen zur Effizienzsteigerung unserer Netzinfrastruktur stellen wir uns der Herausforderung, unseren Energiebedarf trotzdem zu senken. Im Rahmen unserer konzernweiten Klimaschutzstrategie reduzieren wir unseren CO_2-Ausstoß außerdem mit einem effektiven Energiemanagement unserer Gebäude und bei der klimaschonenden Ausrichtung unserer Flotte.

MANAGEMENTANSATZ

„Wir übernehmen Verantwortung für eine klimafreundliche Gesellschaft“ lautet ein wichtiges Handlungsfeld unserer CR-Strategie. Mit dem 2013 beschlossenen konzernweiten Klimaschutzziel, unsere CO_2-Emissionen bis 2020 gegenüber 2008 um 20 Prozent zu senken, wollen wir dieser Verantwortung entsprechen. Hierzu haben wir Maßnahmen definiert und Messinstrumente entwickelt. In einem jährlichen Statusbericht lässt sich der Vorstand über den Fortschritt bei der Umsetzung des verabschiedeten Ziels informieren.

Messbare Erfolge im Klimaschutz

Um zu erkennen, wie unsere Klimaschutzmaßnahmen greifen, erfassen wir deren direkte Auswirkungen mit den beiden Key Performance Indikatoren (KPI) „Energieverbrauch“ und „CO_2-Emissionen“. Sie dienen uns außerdem dazu, unsere Stakeholder über unsere Fortschritte auf dem Weg zu unserem Klimaziel zu informieren. Im Jahr 2014 haben wir die Aussagefähigkeit der KPI überprüft und beim KPI „CO_2-Emissionen“ eine Anpassung vorgenommen.

Messung direkter und indirekter Emissionen

Wir messen unsere CO_2-Emissionen unter anderem auf der Grundlage des international anerkannten Standards des Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Dieser unterscheidet drei Kategorien von CO_2-Emissionen nach GHG Scope 1, 2 und 3. In den vergangenen Jahren haben wir die Messung der GHG Scope-1- und Scope-2-Emissionen konzernweit etabliert. Die gemessenen Daten verwenden wir für unseren KPI „CO_2-Emissionen“. Seit 2013 erheben wir jährlich alle für unser Unternehmen relevanten Scope-3-Emissionen unseres Deutschlandgeschäfts. Die hierbei gemessenen Werte aus den Jahren 2012 und 2013 veröffentlichten wir 2014 erstmals im Rahmen der Abfrage zum Carbon Disclosure Project.

Kooperation für Innovation und Klimaschutz

Ein wirksamer Klimaschutz erfordert gemeinsame Anstrengungen von Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Um entschlossen für den Klimaschutz einzutreten, engagieren wir uns in vielen nationalen Initiativen (Stiftung 2° in Deutschland) und internationalen Zusammenschlüssen. Zu nennen ist hier vor allem die Global e-Sustainability Initiative (GeSI). GeSI verfolgt als Unternehmensverband die Vision, die Gesellschaft mithilfe von ICT-Lösungen klimaschonender und nachhaltiger zu gestalten.

Nutzung von Strom aus erneuerbaren Energien

Im Zentrum unserer Klimaschutzstrategie stehen Maßnahmen zur Verbesserung der Energieeffizienz unserer Netze und Infrastrukturen. Bislang berücksichtigen wir erneuerbare Energien nicht als Beitrag zur Erreichung unseres konzernweiten Klimaschutzziels. Gleichwohl lassen sich durch erneuerbare Energien CO_2-Emissionen vermeiden. Sie haben daher auch für uns einen hohen Stellenwert und werden in Zukunft eine wichtige Komponente unserer integrierten Klimastrategie darstellen. Im Jahr 2014 haben wir deshalb eine konzernweite Bestandsaufnahme vorgenommen, um die Potenziale der erneuerbaren Energien für den Klimaschutz in unserem Unternehmen zu bewerten. Hieran anknüpfend werden wir uns konkrete Ziele für die Erhöhung des von uns genutzten Grünstromanteils setzen.

ENTWICKLUNG EINER INTEGRIERTEN KLIMASTRATEGIE

Zusätzlich zur Verabschiedung des konzernweiten Klimaschutzziels, die CO_2-Emissionen von 2008 bis 2020 um 20 Prozent zu senken, beschloss der Vorstand der Deutschen Telekom im Dezember 2013 die kontinuierliche Weiterentwicklung der Instrumente, mit denen dieses Ziel erreicht werden soll. Dazu gehören die Überwachung der Klimaschutzmaßnahmen und bei Bedarf deren Neuausrichtung sowie die Identifikation von weiteren Maßnahmen zur Effizienzsteigerung und von zusätzlichen Nutzungsmöglichkeiten für erneuerbare Energien. Außerdem soll die Analyse der CO_2-Emissionen der Konzerngesellschaft T-Mobile USA, die bislang nicht im Klimaschutzziel enthalten sind, bei der Weiterentwicklung der Instrumente berücksichtigt werden.

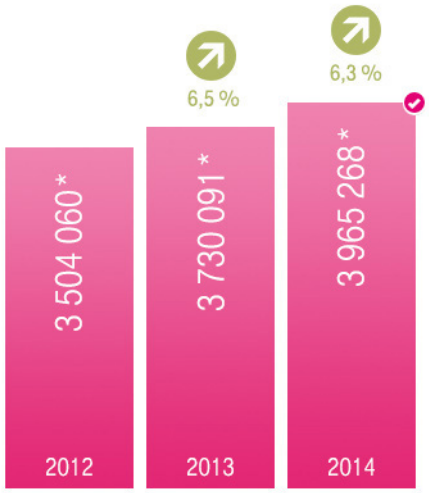
Die integrierte Klimastrategie auf vier Säulen

Gemeinsam mit allen am Klimaschutzziel beteiligten Landesgesellschaften identifizierten wir im Jahr 2014 zusätzliche Energieeinsparpotenziale in vielen Bereichen, darunter Rechenzentren, Gebäude, Fahrzeugflotte, IT und Geschäftsreisen. Zugleich machte die Diskussion deutlich, dass durch den stärkeren Einsatz erneuerbarer Energien konzernweit unserer CO_2-Bilanz gesenkt werden kann. Hierzu trägt auch die vermehrte Berücksichtigung regenerativ erzeugter Energie bei der Berechnung von Scope-2-Emissionen bei, wie sie die neue Fassung des Greenhouse Gas (GHG) Protocol vorsieht. Maßnahmen in diesem Bereich wirken sich daher positiv auf unsere CO_2-Bilanz aus.

Die vier Säulen der integrierten Klimastrategie



Scope-3-Emissionen der Telekom in Deutschland



*Mengenangaben in t/CO2-Äquivalenten

Eine Herausforderung für unsere Klimaschutzanstrengungen stellt die Prognose für die CO_2-Emissionen von T-Mobile USA dar. Diese sagt für den Zeitraum von 2008 bis 2020, bedingt durch den starken Ausbau der Netzinfrastruktur in Nordamerika, einen Anstieg der Emissionswerte voraus. Aus diesem Grund haben wir im Berichtszeitraum Schritte diskutiert, wie wir unsere Klimaschutzaktivitäten noch wirksamer gestalten können.

Im Ergebnis haben wir uns dazu entschlossen, unsere Klimaschutzbemühungen weiter zu systematisieren und hierfür innerhalb des Jahres 2015 eine neue, integrierte Klimastrategie zu entwickeln. Diese wird, basierend auf den vier Säulen CO_2-Emissionen, erneuerbare Energien, Energieeffizienz und nachhaltige Produkte, jeweils konkrete Ziele und Kennzahlen beinhalten und damit unsere Konzernstrategie „Führender Telekommunikationsanbieter in Europa“ unterstützen.

Unter anderem soll das CO_2-Einsparpotenzial unserer ICT-Produkte und Dienstleistungen analysiert werden, um unser Geschäft mit Kundenlösungen für den Klimaschutz weiter auszubauen. Hierzu wollen wir den Fußabdruck unserer Produkte in einem Pilotprojekt messen und CO_2-Reduktion schrittweise zu einem festen Bestandteil unseres Portfolios machen. Für die drei Piloten Dynamic Workplace, Connected Car und Smart Metering wurden die Emissionsminderungen bereits kalkuliert.

ERFASSUNG VON SCOPE-3-EMISSIONEN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Im Juni 2014 legten wir im Rahmen des CDP (Carbon Disclosure Project) die Scope-3-Emissionen der Telekom in Deutschland erstmals vollständig offen. Hierfür ermittelten wir die relevanten Daten für die Jahre 2012 und 2013. Die größten Einzelbeträge entfielen 2013 auf den Gebrauch der von uns verkauften Produkte durch unsere Kunden und in zweiter Linie auf unsere Lieferkette. Insgesamt errechneten wir für das Jahr Scope-3-Emissionen in Höhe von 3 730 091 Tonnen CO_2-Äquivalenten.

Im Jahr 2014 betrugen unsere Scope-3-Emissionen 3 965 268 Tonnen CO_2-Äquivalente, 6Prozent mehr als im Vorjahr. Die Zunahme geht hauptsächlich auf unser gestiegenes Einkaufsvolumen (z.B. Smartphones und Tablets) und auf den Gebrauch der von uns vermieteten Produkte (z.B. Router und Receiver) durch unsere Kunden zurück. Verringert haben sich die Scope-3-Emissionen für erworbenes Anlagevermögen, zum Beispiel die zum Betrieb unserer Fest- und Mobilfunknetze benötigte Technik.

Um die Erfassung der Scope-3-Emissionen innerhalb der Lieferkette effizienter zu gestalten, haben wir rund 100 unserer Lieferanten eingeladen, am Supply-Chain-Programm des CDP teilzunehmen. Das Programm bietet Unternehmen und ihren Lieferanten eine einheitliche Plattform, um Emissionen zu erfassen und zu steuern. Zusätzlich haben wir für die Messung der Scope-3-Emissionen einen makroökonomischen Ansatz getestet. Hierbei werden die Emissionen in den Lieferketten pauschal angerechnet. Derzeit untersuchen wir die Abweichungen zwischen den Ergebnissen beider Verfahren, um die Methode weiter zu verfeinern.

Bis Ende 2016 soll die Erhebung der Scope-3-Emissionen auf den gesamten Konzern ausgedehnt werden.

MEHR GRÜNSTROM IN EUROPÄISCHEN LANDESGESELLSCHAFTEN

Bei allen europäischen Landesgesellschaften der Telekom soll der Anteil erneuerbarer Energien an ihrem Stromverbrauch bis 2016 – soweit die Liberalisierung des Strommarkts dies zulässt – 10Prozent über dem jeweiligen nationalen Energiemix liegen. Die Landesgesellschaften können erforderlichenfalls auch den Erwerb von Zertifikaten (sogenannten Herkunftsnachweisen) für Strom aus erneuerbaren Quellen berücksichtigen, wie dies bereits in den Niederlanden, Ungarn oder Griechenland geschieht.

Indem wir verstärkt auf erneuerbare Energien setzen, wollen wir – über die Umsetzung unseres konzernweiten Klimaschutzziels hinausgehend – neue CO_2-Einsparpotenziale erschließen und unseren Strombedarf senken. 2014 haben wir hierzu mit den Landesgesellschaften weitere Nutzungsmöglichkeiten erneuerbarer Energien analysiert. Für jede Gesellschaft wurde zunächst eine Bestandsaufnahme durchgeführt, um für spätere Vergleiche eine Ausgangsbasis zu schaffen. Daran anknüpfend wollen wir Maßnahmen entwickeln, die den Anteil der erneuerbaren Energien konzernweit erhöhen und uns helfen, den Anforderungen unserer Kunden und den Vorgaben der internationalen Klimaabkommen gerecht zu werden.

EINE WEITERE MÖGLICHKEIT: CO_2-KOMPENSATION

Priorität hat für uns die Vermeidung von Treibhausgasen. An zweiter Stelle folgt deren Reduktion. Bei CO_2-Emissionen, die wir weder vermeiden noch reduzieren können, besteht die Möglichkeit, diese über Investitionen in zertifizierte Klimaschutzprojekte zu kompensieren.

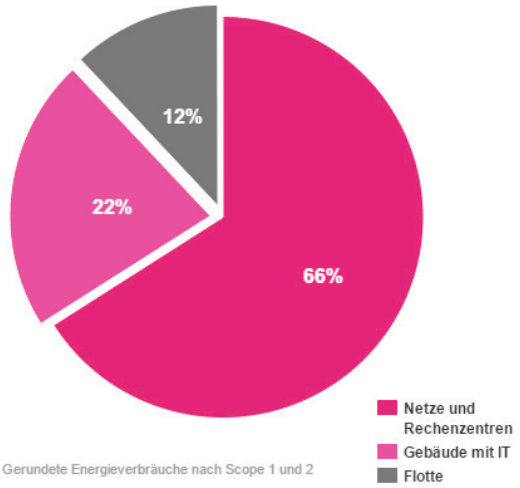
Von Anfang März 2014 bis Ende Februar 2015 stellte die Telekom Deutschland Treibhausgasemissionen im Umfang von 12 517 Tonnen CO_2 klimaneutral. Kompensiert wurden unter anderem Emissionen, die in Verbindung mit unseren Veranstaltungen (An- und Abreise der Teilnehmer, Raumnutzung etc.) oder mit bestimmten Produkten und Dienstleistungen (z.B. Betrieb von Telefon- oder Webkonferenzen) entstanden sind. Wie wir beispielsweise die Emissionen von Veranstaltungen kompensieren, ist in unserer Event Policy festgelegt.

Im Jahr 2014 hat T-Systems Ungarn darüber hinaus ihre energiebedingten Treibhausgasemissionen in Höhe von 14 285 Tonnen CO_2 kompensiert.

KLIMASCHUTZMASSNAHMEN

Mit unserem konzernweiten Klimaschutzziel haben wir uns dazu entschlossen, den Energiebedarf und damit die CO_2-Emissionen in allen Bereichen zu senken. An erster Stelle betrifft dies unsere Netzinfrastruktur (Festnetz, Mobilfunk und Rechenzentren). In Deutschland beträgt ihr Anteil an unserem nationalen Energieverbrauch rund 66 Prozent. Weitere Schwerpunkte bilden die Nutzung unserer Gebäude und der Betrieb unserer Geschäfts- und Dienstfahrzeugflotte (mit ca. 26 300 Fahrzeugen eine der größten in Europa). Sie tragen mit deutschlandweit rund 22 beziehungsweise 12 Prozent ebenfalls maßgeblich zu unserem Energieverbrauch bei und bergen damit großes Potenzial zur Verbesserung unserer CO_2-Bilanz.

Die größten Energieverbraucher 2014
Deutschlandgeschäft*



* Anmerkung: Gerundete Energieverbräuche nach Scope 1 und 2

ENERGIEEFFIZIENZ IM NETZ

Stromsparen durch mehr Energieeffizienz im Netzbetrieb ist ein zentraler Bestandteil unseres Klimaschutzziels. Für das Festnetz, den Mobilfunk und unsere Rechenzentren verfolgen wir hierbei unterschiedliche Ansätze. Sie alle eint der Einsatz innovativer ICT-Lösungen zur bedarfsgerechten Steuerung der Leistung unserer Netze und ihres Energieverbrauchs.

MANAGEMENTANSATZ

Die Telekom betreibt in Europa und den USA eigene Fest- beziehungsweise Mobilfunknetze. Der größte Anteil unseres Energiebedarfs geht auf den Betrieb dieser Netzinfrastruktur zurück. Im Interesse unserer Kunden steigern wir laufend deren Kapazität und Leistung, um wachsende Datenmengen zu bewältigen und steigende Anforderungen an die Geschwindigkeit und Qualität der Datenübertragung zu erfüllen. Dies ist auch immer mit einem höheren Energiebedarf verbunden. Um ihn weiter zu reduzieren, verfolgen wir drei Stoßrichtungen:

- Wir modernisieren unsere Netzinfrastruktur unter anderem durch die Umstellung auf IP-Technologie sowie die Montage hocheffizienter Anlagen zur Verfügbarkeitssicherung von Strom und bauen nicht mehr benötigte Technik konsequent ab,
- wir optimieren die Bereitstellung und Umwandlung von Energie beispielsweise durch verbesserte Energiespeicher,
- wir nutzen im Umfeld unserer netztechnischen Anlagen energieeffizientere Beleuchtungs-, Überwachungs- und vor allem Kühltechnik.

Eine wichtige Rolle spielt hierbei unser interner Energiedienstleister Power & Air Solutions, der für das Energiemanagement der meisten Gesellschaften der Telekom in Deutschland verantwortlich ist. Power & Air Solutions verwendet hierfür seit 2013 ein Energiemanagementsystem nach ISO50001.

Die Telekom gehört zu den Unterzeichnern des EU Broadband Code of Conduct sowie des EU Data Centre Code of Conduct. Sie bekennt sich damit zu einer hohen und kontinuierlich verbesserten Energieeffizienz ihrer Produkte und Dienstleistungen.

Messung und Steuerung des Energiebedarfs

Eine wichtige Kennzahl zur Steuerung unserer Klimaschutzmaßnahmen ist der PUE-Wert (Power Usage Effectiveness), die jährlich erhoben wird. Für den Betrieb unseres Festnetzes in Deutschland haben wir uns zum Ziel gesetzt, bis 2020 den PUE-Wert auf 1,4 zu senken. So können wir den steigenden Energiedarf wachsender Datenmengen und neuer Leistungsmerkmale kompensieren.

MEHR RECHENLEISTUNG - WENIGER ENERGIEVERBRAUCH

Rechenzentren weisen erhebliche Energieeinsparpotenziale auf. Wir nutzen diese Potenziale systematisch bei deren Neubau und Modernisierung. Hierbei setzen wir folgende Schwerpunkte:

- Optimierung von Heizung, Lüftung und Klimatechnik
- Energieeffiziente Komponenten
- Stand-by-Optimierung
- Effizientere Archivierung und Speicherung

2014 nahmen wir am Standort Biere bei Magdeburg ein neues, großes Rechenzentrum in Betrieb. Mit ihm setzen wir in all diesen Bereichen durch innovative Technologien Maßstäbe:

Biere: Vorbild für Energieeffizienz

Das neue Cloud-Rechenzentrum in Biere ist das größte seiner Art in Deutschland und gleichzeitig eines der größten in Europa. Es bietet Platz für 30 000 Server und stellt mit seinem PUE-Wert von 1,3 einen wichtigen Meilenstein bei der Realisierung unseres Klimaziels dar. Allein das Kühlkonzept senkt den Gesamtenergiebedarf gegenüber vergleichbaren Rechenzentren um etwa ein Drittel. Für das innovative Energie- und Umweltdesign des Gebäudes erhielten wir die LEED-Zertifizierung in Gold (LEED: Leadership in Energy and Environmental Design), über die nur zehn Rechenzentren weltweit verfügen.

Unweit von Biere haben wir ein bereits bestehendes Rechenzentrum in Magdeburg nahezu baugleich ausgestattet. Beide arbeiten als „Zwillingspaar“ eng zusammen. Die Daten werden immer parallel gespeichert, damit sie selbst beim Ausfall eines ganzen Standorts stets verfügbar bleiben. Die Auslagerung von Daten in die Cloud stellt zudem höchste Sicherheitsanforderungen. Die Gebäudekomplexe sind deshalb systematisch abgeschottet; höchste Sicherheitsvorkehrungen schützen die Daten vor unberechtigtem Zugriff.

OPTIMIERUNG UND KONSOLIDIERUNG VON RECHENZENTREN: WENIGER IST MEHR

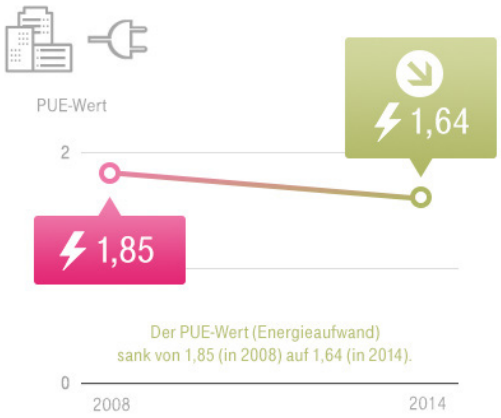
Die Reduktion der CO_2-Emissionen verfolgen wir auch bei dem Betrieb und der Planung unserer Rechenzentren (RZ). Generell lässt sich das Vorgehen der Konzerngesellschaft T-Systems dabei in zwei Stufen definieren: die Optimierung in den einzelnen RZ-Standorten an sich und die globale Optimierung über die weltweite RZ-Landschaft hinweg.

Die erste Stufe wurde in den Jahren 2008 bis 2013 intensiv durch Optimierung vorhandener RZ-Flächen durchgeführt. Beispiele dafür sind die Modernisierung der Kühlsysteme sowie der Einbau von Kaltgangeinhausungen, die eine gezielte, bedarfsgerechte Lenkung des kühlenden Luftstroms ermöglichen und damit auf den IT-Flächen Verluste minimieren. Damit einhergehend konnte durch die Weiterentwick-

lung der IT-Technik und die Migration der Anwendungsumgebungen auf diese neue Technik ein erheblicher Beitrag zur effizienteren Nutzung der eingesetzten Energie erreicht werden.

Der Indikator für diese Effizienzsteigerung ist der sogenannte PUE-Wert. Zwischen den Jahren 2008 und 2014 zeigte sich durch die beschriebenen Maßnahmen eine positive Entwicklung des durchschnittlichen PUE-Werts der T-Systems-Rechenzentren von 1,85 auf 1,64. Trotz der positiven Gesamtbilanz verzeichneten wir im Berichtszeitraum einen leichten Anstieg des PUE-Werts im Vergleich zum Vorjahr. Grund dafür: Der Energieverbrauch für nicht ICT-Komponenten blieb unverändert, während der Energiebedarf für den Betrieb der Rechner gesunken ist.

Die Rechenzentren werden energieeffizienter



Der Indikator für diese Effizienzsteigerung ist der sogenannte PUE-Faktor (Glossar). Zwischen den Jahren 2008 und 2014 zeigte sich durch die beschriebenen Maßnahmen eine positive Entwicklung des durchschnittlichen PUE-Faktors der Rechenzentren von 1,85 auf 1,64.

Die zweite Stufe, die seit dem Jahr 2013 angegangen wird, ist der Ansatz, die physikalische Konsolidierung von Rechenzentren (das heißt die Reduktion der RZ-Flächen und -Standorte) mit logischen Konsolidierungen (das heißt Virtualisierung) zu verknüpfen. Das Programm „DC11@2018“ verfolgt eine weltweite Konsolidierung von RZ-Standorten mit neuester IT-Technologie auf wenige sogenannte FMO-Rechenzentren (Future Mode of Operation). Durch die Realisierung dieser Maßnahme wird mit einer weiteren massiven Reduktion der CO_2-Emissionen gerechnet. Aktuelle Planungen des Programms sehen eine kumulierte CO_2-Reduktion von bis zu 51 Prozent im Jahre 2020 auf Basis des Jahres 2012 vor.

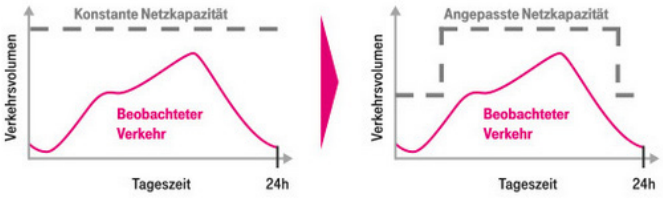
„CODE OF CONDUCT DATA CENTRE AWARD 2014“ GEWONNEN

Um unser Klimaschutzziel zu erreichen, verbessern wir kontinuierlich die Effizienz unserer Rechenzentren. Für die Erfolge, die wir 2013 dabei erzielten, wurde T-Systems im Mai 2014 mit dem „Data Centre Energy Efficiency Award“ der Europäischen Union ausgezeichnet. Für unsere Bewerbung hatten wir zuvor die Energiemesswerte sämtlicher Rechenzentren offengelegt und einen Katalog von Verbesserungsmaßnahmen eingereicht.

POWER SAVE MODUS: INTELLIGENT UND SPARSAM

Die Steuerung unserer Netze ist eine wichtige Stellschraube, um die Breitbandversorgung unserer Kunden klimaschonender und effizienter zu gestalten. Hierzu haben wir gemeinsam mit einem Hersteller für Netzwerkausrüstung einen innovativen Betriebsmodus (L2-Modus) für das Festnetz entwickelt. Mit ihm wird die Übertragungsleistung je nach Datenaufkommen über mehrere Schaltstufen flexibel angepasst. So können wir in verkehrsarmen Zeiten den Strombedarf im Zugangsnetz deutlich senken. Für 2014 war ein Feldtest geplant. Bisher sind die Qualitätskontrollen im Labor jedoch noch nicht abgeschlossen. Zwar erproben wir den L2-Modus teils auch im realen Netzbetrieb, allerdings ohne Beteiligung von Kunden. Abhängig von den Ergebnissen können wir voraussichtlich 2015 mit dem Feldtest beginnen. Anschließend soll der neue Modus schrittweise in den Wirkbetrieb übernommen werden.

Prinzip des L2-Modus im ADSL/ADSL2+-Zugangsnetz



Das rechte Diagramm zeigt das Verfahren mit zwei Schaltstufen. Es ermöglicht bereits eine grobe Annäherung an die Kurve des beobachteten Datenverkehrs (hier in Magenta dargestellt). Analysen zeigten, dass mit dem verbesserten L2-Modus künftig große Mengen an CO_2-Emissionen vermieden und Betriebskosten eingespart werden können.

WÄRME- UND STROMGEWINNUNG UNTER EINEM DACH

Zur wirtschaftlichen und umweltfreundlichen Versorgung unserer Netzknotenpunkte (Internet-Verteilerstellen) aus eigener Stromerzeugung setzen wir zusätzlich zum konventionellen Stromnetz immer mehr effiziente Blockheizkraftwerke (BHKW) ein. Diese wandeln die eingesetzte Energie zu circa 90 Prozent in Nutzenergie (Strom und Wärme) um, während konventionell erzeugter Strom aus dem allgemeinen deutschen Stromnetz nur einen Nutzungsgrad von rund 40Prozent er-reicht. Daher können wir die CO_2-Emissionen unseres Netzbetriebs mithilfe von BHKW deutlich verringern. 2014 nahmen wir vier neue BHKW mit elektrischen Leistungen von 50 kW bis 250 kW in Betrieb.

Technische und wirtschaftliche Optionen für den Einsatz von BHKW

Die BHKW decken grundsätzlich den Eigenbedarf unserer Netzknotenpunkte an Strom und Heizwärme aus thermischer Energie. Um einen punktuell darüber hinausgehenden hohen Strombedarf (Lastspitze) bei intensivem Datenverkehr abzumildern, sorgen wir durch eine neuartige Steuerung für eine bessere Lastverteilung. Die Bedingungen für die Betreiber solcher umweltfreundlichen Anlagen wurden im Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG) aus dem Jahr 2014 allerdings verschlechtert. Auf in BHKW selbst erzeugte und im eigenen Betrieb verbrauchte Energie sind seitdem 40Prozent der EEG-Umlage zu zahlen.

8 687 Tonnen weniger CO_2-Emissionen
Im Februar 2015 betrieb die Telekom Deutschland an insgesamt 27 Netzknotenpunkten eigene BHKW. 2014 erzeugten diese rund 33 GWh an elektrischer Energie. Dank des hohen Nutzungsgrads der Anlagen emittierten wir dort im Vergleich zum Bezug von Strom aus den öffentlichen Netzen im gleichen Zeitraum 8 687 Tonnen weniger CO_2.

PHOTOVOLTAIKANLAGEN FÜR MOBILFUNK-STATIONEN

In dem Projekt „Ökologisierte Mobilfunkstation“ testet T-Mobile Austria an fünf Mobilfunk-Standorten verschiedene Lösungen zur ergänzenden Energieversorgung von Basisstationen durch Photovoltaik und Windkraft. Erprobt werden soll vor allem, ob und wie sich die Anlagen wirtschaftlich betreiben lassen.

Hierfür wurden Photovoltaikmodule mit speziell entwickelten Halterungen direkt an den Mobilfunk-Masten befestigt und ein Kleinwindrad an der Mastspitze angebracht. Wenn die Anlagen, zum Beispiel bei voller Sonneneinstrahlung, überschüssige Energie produzieren, wird diese vor Ort in Batterien gespeichert, die regulär zur Überbrückung möglicher Stromausfälle dienen. Mithilfe einer neuartigen Steuerung kann die gespeicherte Energie in sonnen- und windarmen Zeiten zur Versorgung der Stationen genutzt werden. Die Tests im Jahr 2014 zeigten: Bis zu 40Prozent der zum Betrieb der Basisstationen nötigen Energie lassen sich mittels erneuerbarer Energien erzeugen. Technologisch wurde der Einsatz von regenerativer Energie mit Photovoltaik erfolgreich getestet.

Ziel ist es, neben der Funktionalität der Anlagen auch deren Wirtschaftlichkeit für weitere Installationen darstellen zu können. Hierzu sind noch einige Aufgabenstellungen zu lösen.

Durch die nun laufende Beobachtung über einen längeren Zeitraum können die Erkenntnisse zum Verhalten der Anlagen außerdem unmittelbar für deren Optimierung verwendet werden. Aufgrund zu starker Schwingungen des Mastes wurde der Test mit dem Kleinwindrad nicht weiter verlängert. Stattdessen werden Einsatzmöglichkeiten einer anderen Windradart für weitere Tests analysiert.

ENERGIEEFFIZIENTE GEBÄUDE

Im Rahmen unseres Klimaziels unternehmen wir große Anstrengungen, um unseren Energieverbrauch und die damit verbundenen Treibhausgasemissionen weiter zu reduzieren. Hierbei spielen Maßnahmen zu einer effizienteren Bewirtschaftung unserer Immobilien eine wichtige Rolle. In Deutschland entfallen beispielsweise rund 22 Prozent unseres landesweiten Energieverbrauchs auf die Nutzung unserer Gebäude.

MANAGEMENTANSATZ

Das Energiemanagement unserer Gebäude unterteilt sich in die Schwerpunkte „Heizenergie“ und „Stromverbrauch“. Für beide Bereiche haben wir als Beitrag zur Erreichung unseres Klimaziels in Deutschland Teilziele definiert. Zweimal jährlich messen wir unsere Fortschritte auf dem Weg dorthin.

Bei der Umsetzung der Teilziele verfolgen wir zwei Ansätze: Zum einen reduzieren wir unsere Bürofläche. Dies erreichen wir, indem wir neben dem Personalabbau auch die Flächenauslastung durch neue Büroarbeitskonzepte optimieren. Zum anderen steigern wir die Energieeffizienz unserer Prozesse. Hierzu nutzen wir ein Energiemanagementsystem nach ISO50001. Den Handlungsbedarf ermitteln wir, indem wir ähnliche Objekte anhand bestimmter Kennzahlen wie „Kilowattstunden pro Quadratmeter“, „Energieverbrauch um Mitternacht“ oder „Spitzenlast“ miteinander vergleichen. Das Energiemanagementsystem verantwortet die Power & Air Solutions. Um energiesparende Betriebsweisen für unsere Arbeitsplätze zu entwickeln, betreiben wir außerdem Forschungsprojekte zu energiesparenden Netzsteuerungen.

Heizung und Warmwasser

Pro Jahr nutzen wir deutschlandweit circa 600 GWh an Wärmeenergie vorwiegend aus der Verbrennung von Gas und Heizöl sowie aus Fernwärme. Dies entspricht der Energiemenge, die nötig ist, um etwa 100 000 Neubauwohnungen mit Heizung und Warmwasser zu versorgen. Um den Verbrauch zu senken, ermitteln wir den grundlegenden Instandsetzungsbedarf unserer Immobilien, führen Wirtschaftlichkeitsanalysen durch und konzentrieren uns im Rahmen des verfügbaren Budgets auf die notwendigen und die besonders wirtschaftlichen Maßnahmen wie:

- Optimierung der Heizzentralen
- Erneuerung der Heizanlagen und Pumpen mithilfe der Brennwerttechnik
- Wärmerückgewinnung aus der Abwärme von Rechenzentren
- Einsatz von Blockheizkraftwerken

Bevor wir Maßnahmen einleiten, bewerten wir alle unsere Gebäude mit einem einheitlichen Kennzahlensystem. Anhand der Daten identifizieren wir Objekte mit besonders hohen Verbrauchswerten, analysieren deren Schwachstellen und Optimierungspotenzial mit detaillierten Mikroanalysen und setzen entsprechende Schwerpunkte für Verbesserungen.

Die allgemeine Verantwortung für die Messungen, Analysen und darauf basierenden Maßnahmen trägt die Konzernfunktion für das Gebäudemanagement. Im Berichtszeitraum richteten wir unter ihrer Leitung an drei Rechenzentren Anlagen zur Nutzung der Abwärme aus der IT für die Gebäudeheizung ein. An einem vierten Rechenzentrumsstandort haben wir ebenfalls mit der Montage entsprechender Technik begonnen. Für weitere 40Standorte sollen im Laufe des Jahres 2015 Wirtschaftlichkeitsanalysen erstellt werden.

Elektrizität

Den größten Anteil am Stromverbrauch unserer Gebäude haben die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter sowie Beleuchtung, IT und Haustechnik mit Pumpen, Lüftung, Kältetechnik und Aufzügen. Die Schwerpunkte unserer Einsparmaßnahmen setzen wir in folgenden Bereichen:

- Einsatz von LED-Beleuchtung und Bewegungsmeldern in Tiefgaragen und Fluren
- Einsatz moderner Pumpen und Ventilatoren
- Ausschalten von Haustechnik außerhalb der Nutzungszeiten

SOLARENERGIE: SONNIGE AUSSICHTEN FÜR DEN KLIMASCHUTZ

2014 beschlossen wir, rund 600 unserer Technikstandorte mit Solaranlagen auszustatten. Den Anstoß hierfür gaben Mitarbeiter der Telekom Deutschland, die sich mit der Frage beschäftigten, wie unser Unternehmen im Jahr 2018 einfacher, besser und integrierter arbeiten kann. Bis zum Ende des Berichtszeitraums installierte unser interner Energiedienstleister Power and Air Solutions daraufhin Photovoltaikanlagen auf den Dächern von rund 300 Vermittlungsstellen. Dies verkleinert unseren CO_2-Fußabdruck voraussichtlich um 1 600 Tonnen CO_2 pro Jahr und bringt uns voran auf dem Weg zu unserem Klimaziel für das Jahr 2020.

INITIATIVEN FÜR ENERGIEEINSPARUNGEN IN UNGARN

Zu den Energiesparmaßnahmen von Magyar Telekom 2014 gehörte die Einführung einer Belüftungstechnik zur Kühlung großer Technikräume. Damit konnte der Einsatz von Klimaanlagen und der Stromverbrauch reduziert werden. Das Unternehmen schloss die Umsetzung eines Pilotversuchs zur intelligenten Kühlung ab, der auf den energetisch optimierten Betrieb von Klimaanlagen und den damit verbundenen geringeren Energieverbrauch abzielt. Projekte zur Erhöhung von Innentemperaturen und Nutzung von Restwärme sind ebenfalls angelaufen. Durch Initiativen zum Ersatz von Öfen und die Modernisierung von Heizanlagen sowie das Heizen mit Restwärme, die in bestimmten Technikräumen generiert wird, wurde ebenfalls Erdgas eingespart und der Verbrauch von Fernwärme reduziert.

KLIMASCHONENDE MOBILITÄT

Mit rund 26 300 allein in Deutschland zugelassenen Fahrzeugen gehört unsere Firmenflotte zu den großen Firmenflotten Europas. Der CO_2-Ausstoß des gesamten Fuhrparks entspricht etwa 12 Prozent unserer Gesamtemissionen (Scope-1 und 2 nach dem GHG Protokoll) in Deutschland. Aus diesem Grund unterstützen wir unsere Mitarbeiter bei einem klima- und umweltschonenden Mobilitätsverhalten. Bei der Anschaffung von Geschäfts- und Service-Fahrzeugen setzen wir außerdem – soweit wirtschaftlich vertretbar – auf alternative beziehungsweise verbrauchsarme Antriebe.

MANAGEMENTANSATZ

Bis Ende 2015 wollen wir für die durchschnittlichen CO_2-Emissionen aller neu angeschafften Pkws (Geschäfts- und Dienstfahrzeuge) den Wert von 110 g CO_2/km erreichen. Im Vergleich mit der EU-Vorgabe von 120 g CO_2/km, die wir bereits 2012 erreicht hatten, verfolgen wir damit ein deutlich ambitionierteres Ziel. Im Berichtszeitraum kamen wir ihm erneut näher – der Durchschnittswert sank von 118 g CO_2/km (2013) auf 115 g CO_2/km im Jahr 2014. Verantwortlich für die Umsetzung unseres Ziels ist unser interner Mobilitätsdienstleister Telekom MobilitySolutions.

Um alle Potenziale für ein klimaschonendes Flottenmanagement zu entfalten, verfolgt Telekom MobilitySolutions eine auf folgenden drei Säulen beruhende Strategie:

- Richtig dimensionieren („Rightsize“): Auswahl angemessen dimensionierter, energieeffizienter und schadstoffarmer Fahrzeuge. Durch die Einführung der Green Car Policy und Anreize für Fahrer, kleinere, verbrauchsoptimierte Fahrzeuge zu wählen, entwickeln wir die Flotte stetig weiter.

- Wirtschaftlich gestalten („Economize“): Förderung einer kraftstoffsparenden und damit emissionsarmen Fahrweise durch Fahrertrainings.

- Ersetzen („Substitute“): Pilotierung und Erprobung alternativer Mobilitätskonzepte.

Durch Anschaffung von Fahrzeugen mit alternativen Antriebs- beziehungsweise Kraftstoffsystemen wollen wir die CO_2-Emissionen unserer Flotte weiter verringern. Wir setzen hierfür bereits seit Längerem Erdgas- und Elektrofahrzeuge ein. Mittelfristig werden wir vor allem die Entwicklung der Elektromobilität weiter verfolgen und erproben.

Erdgasfahrzeuge weiterhin im Testbetrieb

Wir halten emissionsarme Erdgasantriebe grundsätzlich für einen richtigen Ansatz auf dem Weg zu einer klimaschonenden Mobilität. Die Technologie ist, insbesondere bei der Verwendung von regenerativen Rohstoffen, zum Beispiel aus Rest- und Abfallstoffen gewonnenem Biogas, eine wirksame Maßnahme, um Schadstoff- und CO_2-Emissionen zu senken. Allerdings ist die großflächige Nutzbarkeit von Erdgasfahrzeugen mangels geeigneter Tankstellen und Bezugsmöglichkeiten von nachhaltig erzeugtem Biogas immer noch stark eingeschränkt. Einschränkend wirkt auch das geringe Angebot an für uns geeigneten Fahrzeugen seitens der Hersteller. Dennoch bieten wir den Geschäftsfahrzeugnutzern weiterhin Erdgasfahrzeuge, sogar zu vergünstigten Konditionen, an. Ihnen kommt unter anderem die Förderung aus dem Malusbudget der Green Car Policy zugute.

Darüber hinaus unterstützen wir unsere Mitarbeiter beim Klimaschutz, indem wir ihnen zum Beispiel vergünstigte Fahrkarten für den öffentlichen Regional- und Nahverkehr anbieten.

RESSOURCENSCHONEND UNTERWEGS

Wir unterstützen unsere Mitarbeiter durch Fahrtrainings bei einem ressourcenschonenden und sicheren Autofahren. 2014 wurden insgesamt 111 dieser Trainings mit insgesamt 1 800 Teilnehmern, darunter etwa 300 Auszubildende, durchgeführt. Ein Großteil der Fahrtrainings war als kombiniertes Öko-und Fahrsicherheitstraining gestaltet. Zusätzlich bieten wir bis Juni 2015 unseren Mitarbeitern gemeinsam mit der Unfallkasse Post und Telekom 5 500 subventionierte Teilnehmerplätze beim ADAC-Pkw-Basis-Training an. Hauptziel der Aktion ist es, die Gesundheit der Telekom-Mitarbeiter zu schützen, indem Wegeunfälle durch defensives Fahren vermieden werden.

Auch für die bei den Geschäftsreisen unserer Mitarbeiter entstehenden CO_2-Emissionen übernehmen wir Verantwortung. Als Alternative zum individuellen Fahren mit dem Pkw bieten wir verschiedene Shuttle-Services an, zum Beispiel zum Flughafen Köln/Bonn oder zum ICE-Bahnhof Siegburg. 2014 nutzten rund 110 000 Fahrgäste den Service. Mitarbeiter können ihren Sitzplatz per App oder Intranet buchen. Anfang April 2014 richteten wir den Dienst für die Strecke Darmstadt–Bonn sowie Frankfurt–Bonn ein.

EINSATZMÖGLICHKEITEN FÜR ELEKTROFAHRZEUGE ERPROBT

Auch für einen breiten Einsatz von Elektroautos bestehen weiterhin einige Hürden: Eingeschränkte Reichweiten, mangelhafte Lade-Infrastruktur und hohe Anschaffungskosten machen die Fahrzeuge für viele Nutzungsszenarien unattraktiv. Unsere bisherigen Elektrofahrzeugprojekte konnten wir nur realisieren, da die Ladestellen an den Telekom-Standorten mit Unterstützung von Projektpartnern errichtet wurden. Um das Potenzial der Elektromobilität mittelfristig zu testen, beteiligen wir uns intensiv an ausgewählten Pilotprojekten zur Elektromobilität:

- Für Dienstreisen bieten wir seit Dezember 2014 zwei Elektro-Mietfahrzeuge der neuen Generation an. Mit Förderung durch das Malusbudget der Green Car Policy wurden ein BMW i3 und ein VW eGolf beschafft, die die beiden älteren Smart ed ersetzen.

- In Hamburg beteiligen wir uns seit April 2014 gemeinsam mit der Deutsche Telekom Technischer Service am E-Mobility-Förderprojekt „Wirtschaft am Strom“. Dabei nutzen wir sieben „Renault Zoe“- und drei „Smart ed“-Modelle als Service-Fahrzeug.

- Seit Frühjahr 2014 setzen wir ein Elektrofahrzeug der Marke „Tesla“ als Chauffeurfahrzeug der Vorstandsflotte für Fahrten im Großraum Köln/Bonn und nach Darmstadt ein. Entsprechende Ladestellen wurden vor Ort errichtet.

- Im Geschäftsfahrzeugsegment bieten wir seit Sommer 2014 schrittweise einzelne ausgewählte Hybridfahrzeuge an. Das Angebot besteht nur in den oberen Fahrzeugklassen, da die hohen Kosten die übrigen Budgetgrenzen überschreiten. Darüber hinaus bieten wir in ausgewählten Regionen erstmals Elektrofahrzeuge als Geschäftswagen an.

DIE UMWELTFREUNDLICHE ALTERNATIVE ZUM AUTO

Als ebenso gesundheitsförderliche wie klimaschonende Mobilitätslösung erweitern wir kontinuierlich unser Angebot an Fahrrädern für Mitarbeiter. Im Berichtszeitraum richteten wir an 31 Standorten in sieben deutschen Städten Leihrad-Pools mit insgesamt 167 Rädern ein. 2015 sollen weitere 93 Räder für insgesamt 16 Standorte in acht Städten angeschafft werden.

Im Rahmen eines 2014 erfolgreich abgeschlossenen Pilotprojekts testeten Mitarbeiter unseres Bonner Standorts 15 Elektrofahrräder, die ihnen hierfür persönlich zur Verfügung gestellt wurden. Das Projekt fand großen Anklang und soll nun auf verschiedene weitere Standorte ausgedehnt werden.

RESSOURCENEFFIZIENZ UND UMWELTSCHUTZ

Wir arbeiten intensiv daran, die Energieeffizienz unserer Netze zu verbessern. Hier sehen wir den größten Hebel, um unsere Klima- und Umweltbelastungen zu reduzieren. Darüber hinaus achten wir auf einen sparsamen Umgang mit knappen Ressourcen und zielen darauf ab, konzernweit die Abfallmengen weiter zu reduzieren. Ergänzend sorgen wir für ein Recycling der im Abfall enthaltenen Wertstoffe wie beispielsweise Kupfer oder Blei aus Altkabeln.

MANAGEMENTANSATZ

Die Deutsche Telekom unterhält ein Managementsystem für Gesundheits-, Arbeits- und Umweltschutz („Health, Safety and Environment", HSE). Mit ihm verpflichtet sie sich, ihre Leistungen in diesen Bereichen kontinuierlich zu verbessern. Wir verfolgen außerdem das Ziel, unsere Ressourceneffizienz zu steigern, indem wir unser Abfallaufkommen senken und unsere Recyclingprozesse verbessern. Dies gewährleisten wir konzernweit mit unserem „Internationalen Rahmen für das Abfallmanagement" nach einheitlichen Grundsätzen. Der Rahmen macht hierfür allerdings keine quantitativen Vorgaben. Vielmehr müssen die Landesgesellschaften auf dieser Basis in eigener Verantwortung messbare Ziele festlegen und ihre Umsetzung überwachen. Dieses Vorgehen erleichtert es uns, flexibel auf landes- und unternehmensspezifische Rahmenbedingungen einzugehen. Die Steigerung unserer Ressourceneffizienz steht auch an unseren Arbeitsplätzen im Vordergrund. So fördern wir unter anderem den Einsatz von Recyclingpapier und energieeffizienten Multifunktionsdruckern sowie den Einkauf umweltschonenden Büromaterials.

ABFALLVERMEIDUNG UND RECYCLING

Unsere Landesgesellschaften tragen die Verantwortung für die Implementierung eines nach konzernweit einheitlichen Prinzipien organisierten Abfallmanagements. Hierzu entwickeln sie auf Grundlage unseres 2013 verabschiedeten „Internationalen Rahmens für das Abfallmanagement" eigene Abfallstrategien oder aktualisieren bereits bestehende Strategien und legen entsprechende Ziele fest. Im Vordergrund steht dabei die Reduktion gefährlicher Abfälle.

Im Berichtszeitraum führten wir eine internationale Abfrage zum Stand dieses Implementierungsprozesses durch. Bei ihrer Auswertung wurde deutlich, dass Planungs- und Zielfindungsprozesse sehr unterschiedlich weit fortgeschritten sind. Defizite bestehen vor allem noch in der Definition klarer und messbarer Ziele im Abfallmanagement.

Bei der Auswahl und Implementierung neuer Technik, die wir über viele Jahre nutzen werden, achten wir darauf, dass diese später verantwortungsvoll entsorgt werden kann, ohne unnötig hohe Kosten zu verursachen. Aktuell stellt sich die Aufgabe, die Kupferkabel, die über Jahrzehnte Hauptbestandteil der Telefonleitungen waren und nun im Rahmen des bundesweiten Glasfaserausbaus teilweise ersetzt werden, zu entsorgen.

Anforderungen an ein konzernweites Kupferkabelrecycling

Die Abfrage bei den Landesgesellschaften machte deutlich, dass diese Unterstützung benötigen, um bei der Wiederverwertung und Entsorgung von Altkabeln unsere Erwartungen an ein verantwortungsvolles Abfallmanagement zu erfüllen. Unsere Abfallexperten erstellten hierzu einen Entwurf mit Anforderungen an das Recycling von Kupferkabeln und legten diesen den Landesgesellschaften zur Abstimmung vor. Bis Ende 2015 wollen wir die Anforderungen in Form einer verbindlichen Richtlinie konzernweit einführen.

8 000 TONNEN KUPFERKABEL ZURÜCKGEWONNEN

Im Jahr 2014 zog die Telekom allein in Deutschland 8 000 Tonnen Kupferkabel aus Kabelkanalanlagen. Diese werden in zertifizierten Entsorgungsfachbetrieben umweltgerecht aufbereitet. Bis zu 90 Prozent des Materials werden anschließend dem Rohstoffmarkt wieder zugeführt.

INTERNES RECYCLINGPROGRAMM IN GRIECHENLAND ERFOLGREICH.

Im Juni 2013 fiel der Startschuss für ein internes Programm zum Recycling in Gebäuden, das 2014 in Phase A die folgenden eindrucksvollen Ergebnisse verzeichnete:

- Papier: 67,36 Tonnen
- Kunststoff: 4,16 Tonnen
- Aluminium: 0,2 Tonnen
- Druckerpatronen: 4 935 Stück

Im Oktober 2014 begann dann Phase B des Projekts:

- Ausweitung auf vier weitere Gebäude
- Zwei Schulungsveranstaltungen für Projektleiter
- Interne Informationskampagnen mit hoher Mitarbeiterbeteiligung (78 %)
- Phasen A und B: 118 Wertstoff-Sammelstellen und 2 500 Altpapier-Container

Bisher wurden etwa 6 500 Mitarbeiter erreicht; beim geplanten Ausbau 2015 (Phase C) werden weitere zehn Gebäude in ganz Griechenland einbezogen.

SCHUTZ DER BIODIVERSITÄT

Das Artensterben schreitet weltweit voran. Die Folgen sind schwer absehbar. Eine der Hauptursachen ist der zunehmende Flächenverbrauch für Industrie, Landwirtschaft und Verkehr. Um unsere Maßnahmen zum Schutz der Biodiversität steuern zu können, haben wir 2014 den Flächenverbrauch unserer Geschäftstätigkeit in Deutschland untersucht. In die Analyse wurden auch die vorgelagerten, global verzweigten Wertschöpfungsketten einbezogen. Im Ergebnis bestätigt die

Studie unsere Einschätzung, dass das Thema Flächenverbrauch kein Schwerpunkt unserer direkten Umweltwirkungen ist. Die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit auf die Biodiversität betreffen demnach hauptsächlich den Anfang unserer Wertschöpfungskette in geografisch entfernten Regionen. Unser Einfluss auf den Flächenverbrauch und dessen Folgen ist hier nur sehr gering. Zusammenfassend stellt die Studie über die gesamte Wertschöpfungskette einen Flächenverbrauch von 1 730 Quadratkilometern pro Jahr fest. Dies entspricht in etwa der doppelten Fläche von Berlin. 14 Prozent davon entfallen auf Flächen, die nach den Kriterien der gemeinnützigen Organisation Conservation International eine stark überdurchschnittliche Biodiversität aufweisen.

Im Umfeld unserer Standorte haben wir mehr Einfluss auf den Erhalt und die Aufwertung artenreicher Lebensräume als am Anfang unserer Wertschöpfungskette. Deshalb engagieren wir uns mit kompetenten Partnern für den Naturschutz vor Ort.

Renaturierung artenreicher Lebensräume
Im Jahr 2000 starteten wir in Deutschland eine Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH), in deren Rahmen wir seit einigen Jahren den Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ unterstützen. 2014 förderten wir beispielsweise den Bau eines Moorlehrpfads durch die Gesellschaft für Naturschutz und Auenentwicklung e.V. (GNA). Die GNA engagiert sich für die Renaturierung des Feuchtgebiets Eschenkar im hessischen Spessart. Sie hat hier unter anderem in einem Fichtenwald eine Kette von Tümpeln angelegt, um neuen Lebensraum für bedrohte Amphibienarten zu schaffen. Den Abschluss des Projekts bildete der Moorlehrpfad, auf dem Besucher den Wert intakter Moorbiotope in der freien Natur erleben können.

RESSOURCENEFFIZIENZ AM ARBEITSPLATZ

Durch Anpassungen unserer Einkaufsprozesse konnten wir 2014 den Anteil nachhaltiger Büromaterialien am gesamten Bestellvolumen von 27auf 35 Prozent erhöhen. Ende 2014 erfüllten außerdem 40 Prozent der Artikel in unserem Büromaterialkatalog Nachhaltigkeitskriterien. Zu den Kriterien gehört beispielsweise die Zertifizierung von Papier mit dem Umweltsiegel Blauer Engel. Gefördert wird der Einkauf umweltfreundlicher Büroartikel durch unser zentrales Bestellsystem eBest .

CR-RATINGS: ENVIRONMENTAL REPORTING – MATERIALITY

Die aus Investorensicht wichtigsten Umweltthemen der Telekom sind Treibhausgasemissionen, Ressourceneffizienz und Abfälle. In allen drei Bereichen haben wir umfangreiche Maßnahmen ergriffen, die unsere Umweltbelastungen reduzieren und sich positiv auf unser Unternehmen auswirken.

Wir arbeiten kontinuierlich an der Verbesserung unserer Energieeffizienz. Zum einen senken wir damit unseren Energiebedarf und unsere Betriebskosten (OPEX), zum anderen die mit unserer Geschäftstätigkeit verbundenen Treibhausgasemissionen. Mit unseren Produkten und Diensten erzielen wir darüber hinaus auch bei unseren Kunden Einsparungen. Unsere Modellrechnung für ein Unternehmen mit 35 000 Beschäftigten zeigt: Mithilfe von Dynamic Workplace – einem Cloud-basierten Angebot für Geschäftskunden – lassen sich jährlich über 16 000 Tonnen CO_2 einsparen und die Kosten im gleichen Zeitraum um mehr als 15 Millionen Euro verringern. Ein wesentlicher Faktor dabei: Viele der Angestellten können sich dank Dynamic Workplace den Weg ins Büro sparen und vermeiden so CO_2-Emissionen. Zugleich wird die Work-Life-Balance verbessert, was wiederrum positive Auswirkungen auf die Gesundheit der Angestellten hat. Anstelle eigener IT-Infrastruktur kann das Unternehmen unsere energieeffizienten Netze und Cloud-Dienste nutzen. Lösungen wie Dynamic Workplace tragen maßgeblich dazu bei, unsere Kunden beim Energiesparen und damit beim Klimaschutz zu unterstützen.

Ressourceneffizienz und verantwortungsvolle Abfallentsorgung sind weitere wichtige Themen für die Deutsche Telekom. Indem wir wertvolle Ressourcen effizienter und damit sparsamer einsetzen, senken wir unsere Kosten und verbessern dauerhaft unsere Ertragslage. Um Einsparpotenziale bei der Abfallentsorgung systematisch zu nutzen und unsere Abfallmengen zu reduzieren, haben wir 2013 einen konzernweit gültigen Rahmen für das Abfallmanagement und Recycling eingeführt. 2014 zogen wir allein in Deutschland 8 000 Tonnen Kupferkabel aus Kabelkanalanlagen. Sie werden in zertifizierten Entsorgungsfachbetrieben umweltgerecht aufbereitet. Bis zu 90 Prozent des Materials werden anschließend wiederverwertet.

KENNZAHLEN

Kennzahlen

Positive Entwicklung | Gleichbleibende Entwicklung | Negative Entwicklung

Ökonomisch

	2011	2012	2013	2014
ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“ (% des auf Nachhaltigkeitskriterien überpfüften Einkaufsvolumens)	38	54	54	72
ESG KPI „Nachhaltiges Investment“ (% T-Aktien, die von SRI-Investoren gehalten werden)	15,1	14,1	20,6	22,7

Ökologisch

	2011	2012	2013	2014
ESG KPI „Energieverbrauch“ (Stromverbrauch in Tsd. MWh / Umsatz in Mrd. €)	116	119	121	118
ESG KPI „CO_2-Emissionen“ (Abweichungen Emissionen ggü. Klimaschutz-Basisjahr 2008 in Tsd. t. CO_2)	267	406	632	593
ESG KPI „Handy-Rücknahme“ (alt)* (Handyrücknahme in Tsd. / Kunden in Mio)	21,5	5,7	4,3	3,9
ESG KPI „Handy-Rücknahme“ (neu)** (Handyrücknahme in Tsd. / in Umlauf gebrachte mobile Endgeräte in Mio.)			17,7	17,9

* ESG KPI „Handy-Rücknahme“ (alt) bezieht sich auf Daten der Deutschen Telekom in Deutschland.

** ESG KPI „Handy-Rücknahme“ (neu) für Konzern Deutsche Telekom. Es werden alle Geschäftseinheiten berücksichtigt, in denen die notwendigen Basisdaten zur KPI Berechnung vorliegen (aktuell u.a. ohne T-Mobile USA). T-Systems nicht relevant.

Sozial

	2011	2012	2013	2014
ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement“ (Leistung vs. Relevanz in %-Punkten / DT in Deutschland)	-13	-6	+6	+14
ESG KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“ (Identifikation der Mitarbeiter mit CR-Engagement der Deutschen Telekom in %)			67	

Neue ESG KPIs ab 2014*

	Plotierung 2014	2014
ESG KPI „Community Investment“ (Finanziell, personell und in Sachmitteln geleistete Engagement der Deutschen Telekom bewertet in Mio. €)	Plotierung 2014	48,9
ESG KPI „Beneficiaries“ (Anzahl der Engagierten sowie als Zielgruppe erreichten Menschen, die an gesellschaftlichen Maßnahmen der Deutschen Telekom partizipieren in Mio.)	Plotierung 2014	13
ESG KPI „Medienkompetenz“ (% der mit Programmen im Bereich Medienkompetenz erreichten Menschen)	Plotierung 2014	40%

* Werte erst ab 2014. Aufgrund erstmaligen Reportings dieses KPI sind Daten einiger Berichtseinheiten noch nicht enthalten.

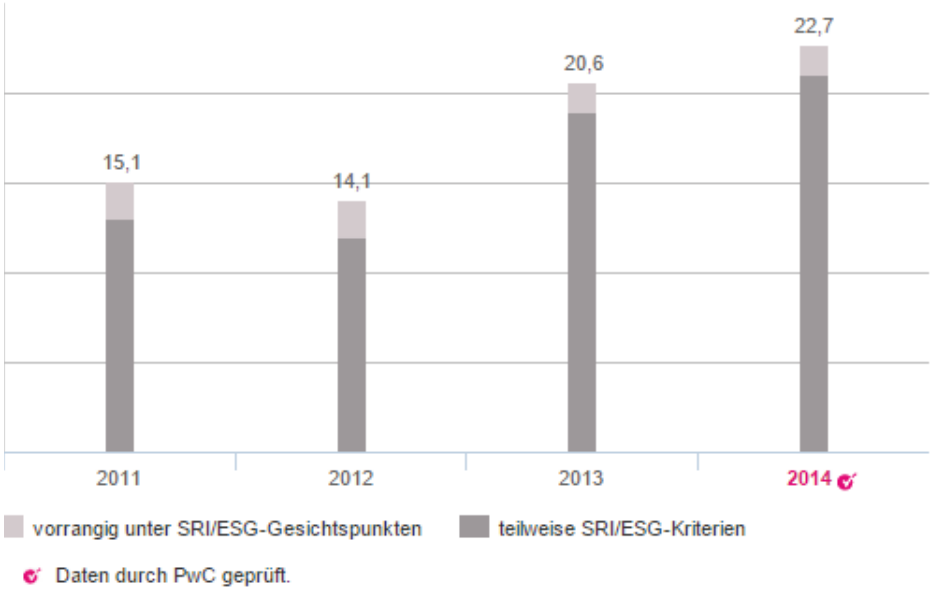
NACHHALTIGES INVESTMENT

ESG KPI „NACHHALTIGES INVESTMENT (SRI)“

Im Jahr 2014 wurden rund 21 % der Aktien der Deutschen Telekom AG von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien bei Investment-Entscheidungen berücksichtigen. Rund 2 % der T-Aktien wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI/ESG-Gesichtspunkten managen.

Der ESG KPI „Nachhaltiges Investment” gibt den Anteil von T-Aktien der Deutschen Telekom AG an, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt. Aufgrund der jährlichen Aktualisierung der Berechnungsbasis sind Vorjahresvergleiche gegebenenfalls wenig aussagekräftig. (Quelle: ipreo)

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) und 7 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.



LISTING T-AKTIE

Das Listing der Telekom in Nachhaltigkeitsindizes und die Auszeichnung mit Nachhaltigkeitsprädikaten sind ein Zeichen der Anerkennung für die nachhaltige Leistung unseres Unternehmens. Die Ratingagentur oekom zeichnete die Telekom als weltweit bestes Telekommunikationsunternehmen aus. Im SAM-Rating erreichte die Telekom eine Top-Ten-Platzierung. Die Aktie der Telekom wurde außerdem erneut in führende Indizes, wie dem FTSE4 Good Index, dem STOXX Global ESG Leaders Index und dem UN Global Gompact 100 Index aufgenommen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Rating-Agentur	Indizes/Prädikate/Ranking	Erfolge Index-Listing				
		2014	2013	2012	2011	2010
RobecoSAM	DJSI World	✗	✗	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✗	✗	✓	✓	✓
CPD	Carbon Disclosure Leadership [a]	✓	✓	✗	✗	✗
	Carbon Performance Leadership	✗	✗	✗	✗	✓
oekom research AG	„Prime“ (Sector Leader [b])	✓	✓	✓	✓	✓
Sustainalytics	STOXX Global ESG Leaders	✓	✓	✓	✓	n.a.
	iSTOXX 50 SD KPI	✓	✓	n.a.	n.a.	n.a.
	UN Global Compact	✓	✓	n.a.	n.a.	n.a.
FTSE Financial Times Stock Exchange	FTSE4Good	✓	✓	✓	✓	✓
Sarasin	Global Sarasin [c]	✓	✓	✓	✓	✓
MSCI	MSCI Global Climate	✗	✗	✗	✓	✓

✓ Erfolgreich gelistet. ✗ Nicht gelistet.

[a] Sector Leader „DACH“ (Deutschland, Österreich, Schweiz).
[b] Basierend auf „oekom Industry Report“ (2014). Deutsche Telekom im vorigen Report (2008) auf Platz 3.
[c] Rating der Deutschen Telekom wurde zuletzt 2012 durchgeführt.

LIEFERANTEN

ESG KPI „NACHHALTIGER EINKAUF“

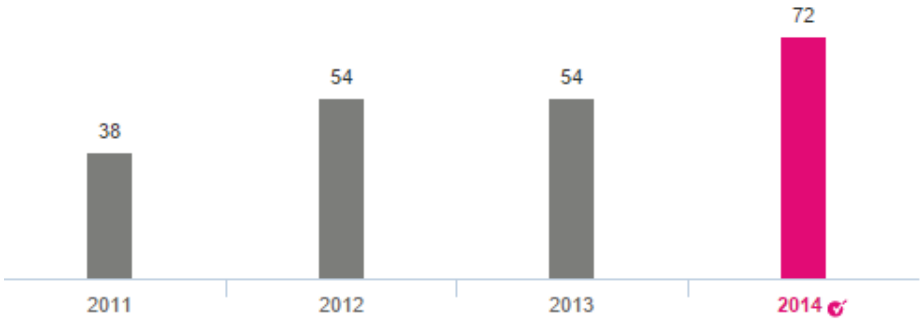
Der ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“ zeigt gegenüber dem Vorjahr mit 72 % einen deutlichen Anstieg, da die Einhaltung unser Sozial- und Umweltstandards bei weiteren Lieferanten überprüft werden wurde - sogar in stärkerem Umfang als geplant. Für das Jahr 2015 gehen wir davon aus, dass wir den prognostizierten Zielwert von 75 % erreichen.

Die Abdeckung unseres Bestellvolumens durch Nachhaltigkeitsaktivitäten messen wir mithilfe des ESG KPIs „Nachhaltiger Einkauf“; er misst den Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferanten, bei denen innerhalb der Unternehmensgruppe eine oder mehrere Konzerngesellschaften auf die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards via Self Assessments und/oder Audits überprüft wurden. Dies gilt auch, wenn Audits bei Vorlieferanten durchgeführt wurden.

Für unseren ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“ gehen wir davon aus, 2015 das prognostizierte Ziel von 75 Prozent zu erreichen; in den Folgejahren rechnen wir damit, dass der ESG KPI nur noch leicht steigt, da sich die Prüfungen auf strategische Lieferanten und solche mit erhöhtem CR-Risiko konzentrieren.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe des ESG KPI "Nachhaltiger Einkauf" in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren G4-HR9 (Prüfung) und G4-HR10 (Zulieferer und Menschenrechte) vollständig abgedeckt. Mit der Angabe decken wir die EFFAS-Kennzahl V28-04 (Supply Chain) ab. Sie ist weiterhin relevant für die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette), 6 (Regeln und Prozesse) und 7 (Leistungsindikatoren) sowie 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeits-kodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).



Anteil des via Self Assessments und/oder Audits abgedeckten Einkaufsvolumens am Gesamtbeschaffungsvolumen.

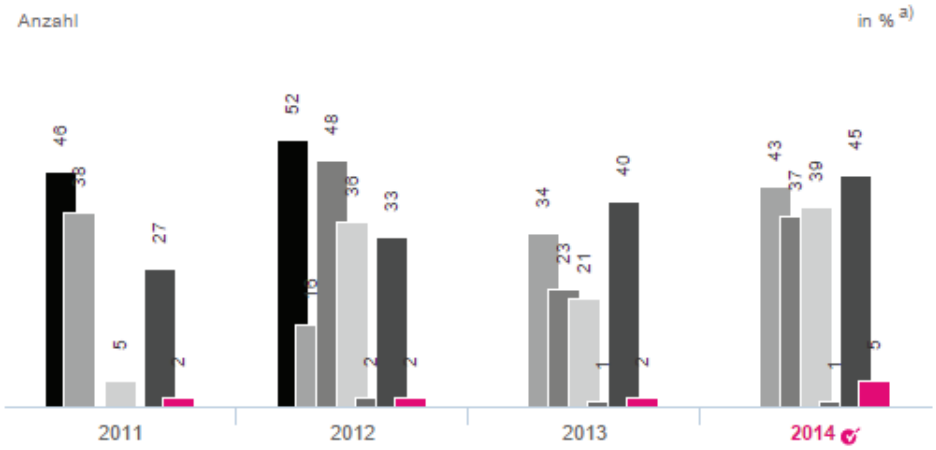
Daten durch PwC geprüft. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

LIEFERANTENBEZIEHUNGEN

Der Anteil des durch das Brancheninformationstool E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) abgedeckten Einkaufsvolumens stieg deutlich von 34 Prozent im Vorjahr auf 43 Prozent im Jahr 2014. Gleichzeitig stieg der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens gegenüber dem Vorjahr von 21 Prozent auf etwa 39 Prozent. Eine Überprüfung durch Präqualifizierung über das Supplier Management Portal (SMP) erfolgte im Jahr 2014 für 37% des Einkaufsvolumens gegenüber 23% im Vorjahr. Eine Präqualifizierung ist für Lieferanten obligatorisch, bei denen wir ein Auftragsvolumen von über 100 000 Euro erwarten. Der Anteil des Einkaufsvolumens aus Entwicklungs- und Schwellenländern liegt konstant bei 1,0%.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Durch die Angaben zum Risikomanagement in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren G4-HR9 (Prüfung) und G4-HR10 (Zulieferer und Menschenrechte) vollständig abgedeckt. Zudem entsprechen wir dem Kriterium 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für die EFFAS-Kennzahl (V28-04) sowie die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wert-schöpfungskette) und 6 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).



a) Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB).
b) Kein Reporting ab 2013, da die Daten aufgrund des Provivder-Wechsels von Achilles zu EcoVadis nicht mit dem Vorjahr vergleichbar sind.
c) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführte Social Audits. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs.
d) Erstamliges Reporting CR-Bericht 2013. Die Berechnung des Indikators basiert ab 2013 ausschließlich auf dem externen Einkaufsvolumen, analog zur Berechnung des ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf".
e) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung intern und extern durchgeführte Social Audits. (sowohl im Rahmen von Deutsche Telekom als auch durch die Joint Audit Cooperation (JAC). Audits umfassen auch Follow-Up Audits.

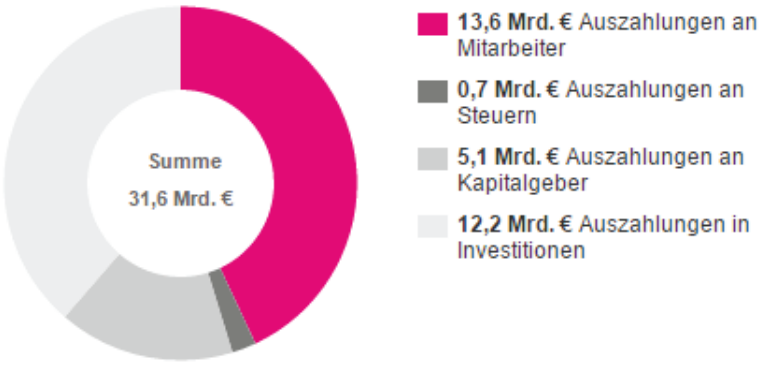
FINANZIELLE KENNZAHLEN

NETTOWERTSCHÖPFUNG

Die Nettowertschöpfung stieg von 26,3 Milliarden Euro im Vorjahr auf 31,6 Milliarden Euro. Der Anstieg der Nettowertschöpfung gegenüber dem Vorjahr resultiert im Wesentlichen aus gestiegenen Auszahlungen an Kapitalgeber was vor allem auf gesunkene Aufnahmen mittel- und langfristiger Finanzverbindlichkeiten zurückzuführen war. Weitere Informationen zum Cashflow aus der Finanzierungstätigkeit beziehungsweise zu den finanziellen Verbindlichkeiten finden Sie auf Seite 90 und Seite 215 des aktuellen Geschäftsberichts.

Im Gegensatz zur Gewinn- und Verlustrechnung gehen in die Nettowertschöpfungsrechnung nur tatsächliche Zahlungsströme ein. Dies bedeutet, dass z. B.zum Beispiel latente Steueraufwendungen und die Bildung von Rückstellungen die Nettowertschöpfung des Berichtsjahres nicht beeinflussen. Diese Aufwendungen mindern zwar den Konzernüberschuss in der Gewinn- und Verlustrechnung, sind jedoch nicht, wie in der Nettowertschöpfung, mit einer Zahlung an eine Anspruchsgruppe verbunden. Die Auszahlungen hierfür erfolgen erst in der Zukunft und können somit auch erst in den Folgejahren in der Nettowertschöpfung berücksichtigt werden.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Kennzahl decken wir den GRI-Indikator G4-EC1 (unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert) vollständig ab.



UMSATZERLÖSE, EBITDA/EBITDA-MARGE UND KONZERNÜBERSCHUSS

Eine detaillierte Erläuterung unserer ökonomischen Kennzahlen ist unter www.telekom.com/investorrelations verfügbar.

		2011 in Mrd. €	2012 in Mrd. €	2013 in Mrd. €	2014 in Mrd. €
Umsatzerlöse		58,7	58,2	60,1	62,7
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse) [a, b]		18,7	18,0	17,4	17,6
EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse)[c]	in %	31,8	30,9	28,9	28,0
Konzernüberschuss/(-fehlbetrag)		**0,6**	**(5,3)**	**0,9**	**2,9**

[a] Die Deutsche Telekom definiert das EBITDA als Betriebsergebnis vor Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.
[b] EBITDA, EBITDA bereinigt um Sondereinflüsse, Netto-Finanzverbindlichkeiten und Free Cashflow sind sog. „Pro-forma-Kennzahlen", die nicht Bestandteil der internationalen Rechnungslegungsvorschriften nach den International Financial Reporting Standards (IFRS) sind. Sie sollten nicht isoliert als Alternative zum Betriebsergebnis, Konzernüberschuss, Cashflow aus Geschäftstätigkeit sowie den in der Konzern-Bilanz ausgewiesenen Schulden oder sonstigen nach IFRS ausgewiesenen Kenngrößen der Deutschen Telekom betrachtet werden. Zur detaillierten Erläuterung und Herleitung verweisen wir auf die Ausführungen des in diesem Geschäftsbericht enthaltenen zusammengefassten Lageberichts, Kapitel „Geschäftsentwicklung des Konzerns".
[c] Berechnet auf Basis der genaueren Millionenwerte. Veränderungen von Prozentwerten sind in Prozentpunkten dargestellt.

UMSATZENTWICKLUNG

In Mrd. €

	2012	2013	2014	Veränderung zu 2013
Umsatz, Deutschland*	26,7	26,3	25,7	-0,5
Umsatz, international*	31,5	33,9	36,9	3
Umsatz, Konzern (gesamt)	58,2	60,1	62,7	2,5
Anteil Umsatz international an Konzernumsatz*	54,1%	56,3%	58,9%	2,6pp

* Die Zuordnung des Umsatzes zur Bildung der Quoten erfolgt aus HR-Sicht und damit nach Standort der Mitarbeiter (FTE). Im Geschäftsbericht wird Umsatz entsprechend des Landes zugeordnet, in dem der Umsatz generiert wurde.

PERSONALAUFWAND UND PERSONALAUFWANDSQUOTE

in Mrd. €

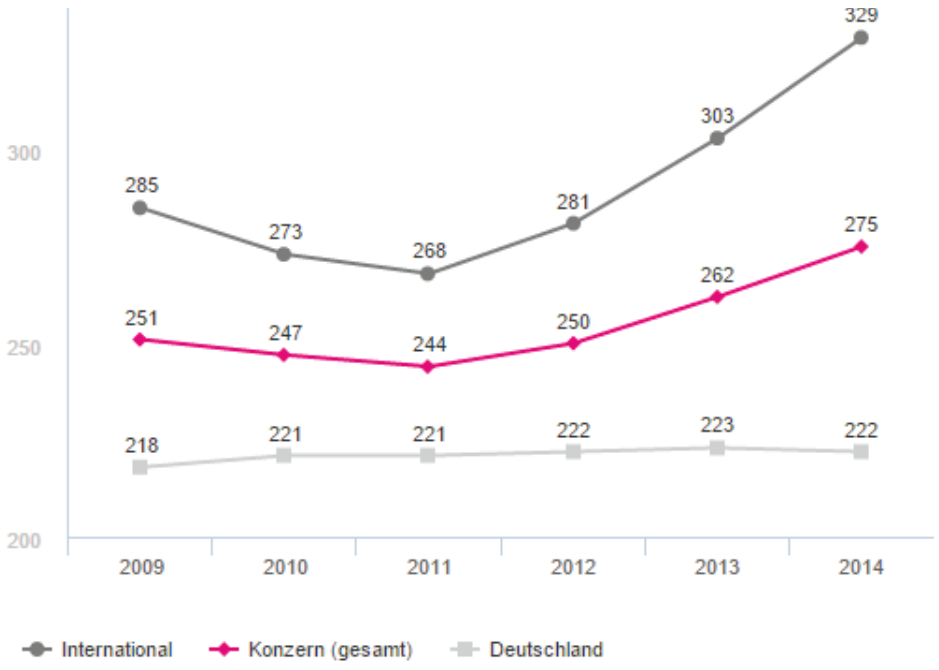
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Personalaufwand im Konzern (gesamt)	14,3	15,1	14,8	14,7	15,1	**14,7**
davon Deutschland	9,0	9,2	9,2	9,2	9,4	**9,1**
Sondereinflüsse	0,5	1,0	1,2	1,2	1,4	**0,9**
Personalaufwand im Konzern, bereiningt um Sondereinflüsse	13,8	14,1	13,6	13,5	13,7	**13,8**
Konzernumsatz*	64,6	62,4	58,7	58,2	60,1	**62,7**
davon Deutschland	28,4	28,1	27,2	26,7	26,3	**25,7**
Bereinigte Personalaufwandsquote Konzern (gesamt, in %)	21,4	22,5	23,1	23,2	22,7	**22,0**
Bereinigte Personalaufwandsquote Deutschland (in %)	30,1	30,4	30,6	31,1	32,3	**32,9**

* Die Zuordnung des Umsatzes zur Aufteilung Deutschland/ international erfolgt aus HR-Sicht und damit nach Standort der Mitarbeiter (FTE). Im Geschäftsbericht wird Umsatz entsprechend des Landes zugeordnet, in dem der Umsatz generiert wurde.

UMSATZ JE MITARBEITER

In Tausend €

Der konzernweite Umsatz pro Vollzeitstelle (Full Time Equivalent, FTE) stieg im Berichtszeitraum auf 275 000 Euro an.



ENERGIE

ESG KPI „ENERGIEVERBRAUCH“ [a)]

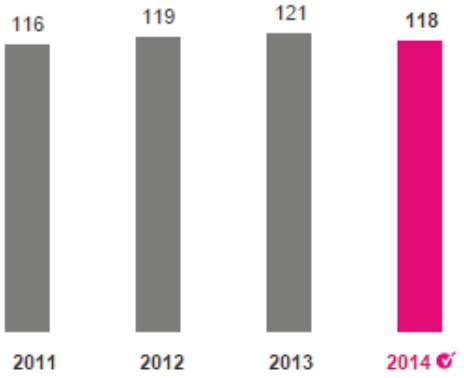
Die Deutsche Telekom erhebt den ESG KPI „Energieverbrauch“ als sogenannten Monetary Power Efficiency Index (MPEI), bei dem die Verbrauchsentwicklung (in Tausend MWh) in Relation zum Umsatz (in Milliarden Euro) gestellt wird. Die Entwicklung des ESG KPI „Energieverbrauch“ übertrifft den im Geschäftsbericht 2013 prognostizierte Verlauf. Statt eines stabilen Verlaufes hat sich der ESG KPI „Energieverbrauch“ leicht verbessert. Ursächlich hierfür ist, dass sich der Umsatz stärker und der Stromverbrauch schwächer entwickelten als erwartet. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Der Konzernwert des ESG KPI „Energieverbrauch“ errechnet sich aus der Summe der Stromverbräuche der Landesgesellschaften im Verhältnis zum konsolidierten Außenumsatz dieser Landesgesellschaften. Der hierfür berücksichtigte Umsatz der in der CR-Berichterstattung erfassten Konzerneinheiten deckte 99 Prozent des Konzernumsatzes ab.

Für unseren ESG KPI „Energieverbrauch“ erwarten wir in den kommenden beiden Jahren einen leicht sinkenden bis sinkenden Verlauf, d. h. einen positiven Trend. Deutliche Stromeinsparungen werden wir v. a. durch die Umstellung unseres Netzes auf die IP-Technologie sowie durch die Zusammenlegung von T-Systems Rechenzentren realisieren können. Teilweise werden diese Einsparungen durch die Expansion von T-Mobile US und den damit verbundenen erhöhten Energieverbrauch ausgeglichen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Durch die Angabe unseres Stromverbrauchs im Verhältnis zur Umsatzentwicklung im Berichtszeitraum decken wir den GRI-Indikator G4-EN5 (Energieintensität) sowie die EFFAS-Kennzahlen E01-02 (Spezifischer Energieverbrauch) vollständig und E01-01 (Gesamtenergieverbrauch) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



	2011	2012	2013	2014
Umsatz in Mrd. €	55,4	55,7	55,8	61,9
Stromverbrauch in Tsd. MWh	6 409,4	6 624,7	6 992,9	7 333,0

ESG KPI "Energieverbrauch": Stromverbrauch in Bezug zum relevanten Umsatz, berechnet als Monetary Power Efficiency Indicator (MPEI: Stromverbrauch in Tsd. MWh/Umsatz in Mrd. €).

Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

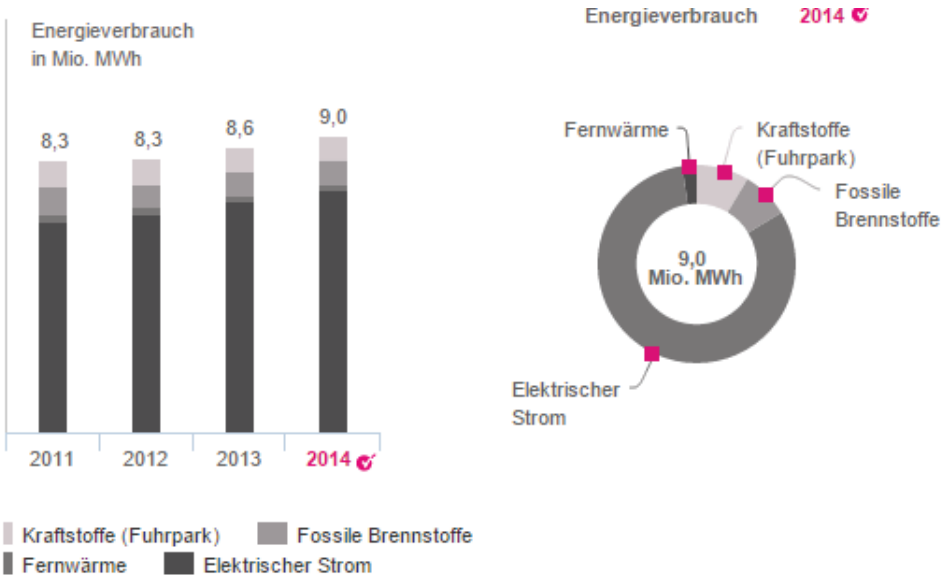
a) Berechnung unter Berücksichtigung von sachgerechten Schätzungen bzw. Hochrechnungen.

GESAMT-ENERGIEVERBRAUCH

Der Gesamtenergieverbrauch ist gegenüber dem Vorjahr leicht um 4 Prozent gestiegen. Die Aufnahme zusätzlicher Landesgesellschaften in das Reporting trug dazu maßgeblich bei. Ohne diese Gesellschaften wäre der Energieverbrauch auf dem Niveau des Vorjahrs geblieben. Während der Energieverbrauch bei T-Mobile US anstieg, verzeichneten Makedonski Telekom, T-HT Hrvatski Telekom und T-Systems UK einen deutlichen Rückgang ihrer Verbräuche. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe unseres Energieverbrauchs nach Primärenergiequellen decken wir den GRI-Indikator G4-EN3 (Energieverbrauch innerhalb der Organisation) sowie die EFFAS-Kennzahl E01-01 (Energieverbrauch Gesamt) teilweise ab. Durch die Offenlegung des Energieverbrauchs des Fuhrparks wird weiterhin der GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen). Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



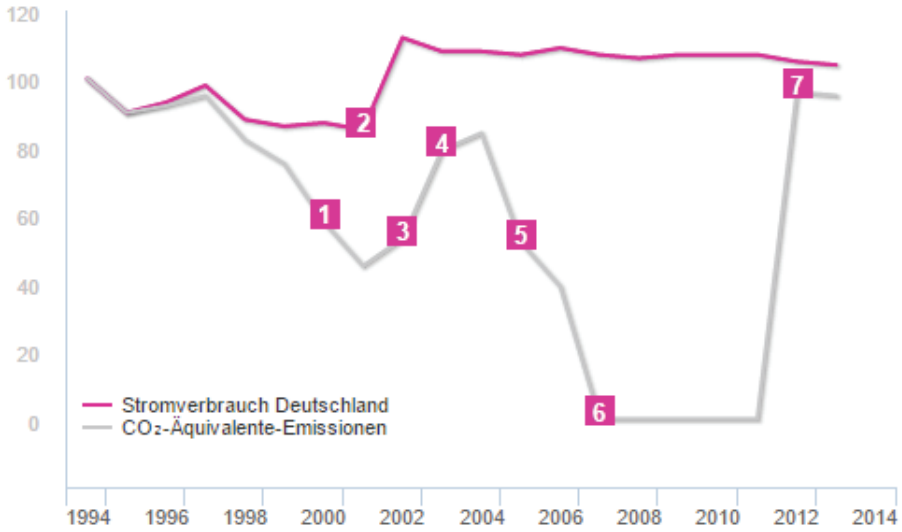
Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe „Konzern DT in Deutschland“ und „T-Mobile US“.

ENTKOPPLUNG STROMVERBRAUCH UND CO_2-EMISSIONEN

Die Deutsche Telekom konnte von 2008 bis 2012 die aus ihrem Stromverbrauch resultierenden Emissionen auf null reduzieren, indem sie erneuerbare Energien über sogenannte RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate bezog. Diese Zertifikate haben jedoch nicht die aus unserer Sicht erhofften positiven ökologischen Wirkungen gezeigt. Die Nachfrage nach den Zertifikaten blieb insgesamt begrenzt. Dies hatte zur Folge, dass RECS-Zertifikate keinen nennenswerten Beitrag zur Förderung des Ausbaus erneuerbarer Energien leisten konnten. Es ist daher aus unserer Sicht ökologisch und ökonomisch sinnvoller, in die Reduktion unseres Energieverbrauchs zu investieren und die Energieeffizienz zu erhöhen, als RECS-Zertifikate zu erwerben.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Durch die Angabe decken wir die EFFAS-Kennzahl E16-05 (Verbrauch erneuerbarer Energien) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 3 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



1 Verstärker Einkauf von Strom aus Kraft-Wärme-Kopplung (KWK)
2 Anstieg des Energieverbrauchs aus technischen Gründen
3 Energieversorger stoppen Datenangaben für Anteile KWK-Strom
4 Energieversorger stoppen Datenangaben für Strommix -> Berrechnung nach Deutschland-Mix
5 Einkauf von Strom aus erneuerbaren Quellen
6 Gesamter Strombedarf direkt oder indirekt aus erneuerbaren Quellen
7 Verzicht auf Erwerb von RECS-Zertifikaten.

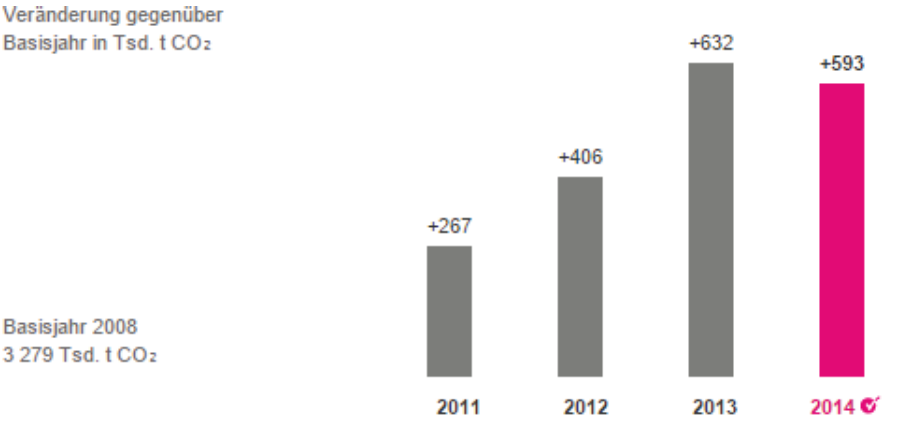
CO_2-EMISSIONEN

ESG KPI „CO_2-EMISSIONEN“

Der ESG KPI „CO_2-Emissionen“ stellt die Entwicklung der absoluten und relativen Emissionswerte gegenüber dem Basisjahr 2008 dar. Der Vergleichswert des Basisjahres beträgt 3.118.353 Tonnen CO_2. Der ESG KPI „CO_2-Emissionen“ sank gegenüber dem Vorjahr leicht um 1,8 Prozentpunkte. Da unsere CO_2-Emissionen maßgeblich durch den Stromverbrauch getrieben sind, resultiert die Entwicklung gegenüber dem Vorjahr aus den bereits beim ESG KPI „Energieverbrauch“ beschriebenen Effekten. Zudem verbesserte sich das Verhältnis zwischen den aktuellen Emissionen und dem entsprechenden Klimaziel-Basisjahr 2008 durch die Erweiterung des Geltungsbereichs des ESG KPI „CO_2-Emissionen“ auf 10 weitere internationale T-Systems Einheiten. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Im Berichtszeitraum haben wir die ESG KPI umfassend auf ihre Steuerungsrelevanz geprüft und zum Teil aktualisiert. Den ESG KPI „CO_2-Emissionen“ haben wir an unser internationales Klimaschutzziel angepasst. Dazu haben wir den Geltungsbereich auf alle Konzerneinheiten erweitert, die an der Umsetzung des Klimaschutzziels beteiligt sind. Die Erweiterung betrifft sowohl die aktuell erhobenen CO_2-Emissionen als auch die im Jahr 2008 erhobene Menge, die dem Klimaschutzziel zugrunde liegt

Die CO_2-Emissionswerte wurden auf Basis der verschiedenen Energie- und Kraftstoffverbräuche errechnet. Dies erfolgte nach den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA) beziehungsweise der GHG Protocol Calculation Tools. Der Gesamtwert setzt sich zusammen aus direkten (Scope 1) und indirekten Emissionen (Scope 2).



	2011	2012	2013	2014
CO_2-Emissionen in Tsd. t	3 412	3 587	3 816	3 872
Veränderung ggü. 2008 in %	+8	+13	+20	+18

Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

Da unsere CO_2-Emissionen maßgeblich durch den Stromverbrauch getrieben sind, ergibt sich eine vergleichbare positive Entwicklung wie unter dem ESG KPI „Energieverbrauch“ beschrieben. Auch für unseren ESG KPI „CO_2-Emissionen“ streben wir für 2015 und 2016 einen leichten Rückgang an. Für die am Klimaschutzziel beteiligten Konzerneinheiten erwarten wir für 2020, dass die CO_2-Emissionen 20 Prozent unter dem Wert des Basisjahres 2008 liegen werden (ohne T-Mobile USA). Beim ESG KPI „CO_2-Emissionen“ werden jedoch zusätzlich die Emissionswerte von T-Mobile USA berücksichtigt. Da deren Strombedarf aufgrund starker Geschäftsentwicklung auf absehbare Zeit weiter steigt, wird sich der KPI bis 2016 nur geringfügig verbessern.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Mit der Fortschrittsmessung durch den ESG KPI "CO_2-Emissionen" legen wir unsere CO_2-Emissionen entsprechend dem Greenhouse Gas Protocol zusammen mit unserem selbstgesetzten CO_2-Reduktionsziel offen und entsprechen so dem Kriterium 13 des deutschen Nachhaltigkeitskodex (Treibhausgasemissionen). Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren G4-EN15 (direkte THG-Emissionen), G4-EN16 (indirekte energiebezogene THG-Emissionen) und G4-EN17 (weitere indirekte THG-Emissionen)vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

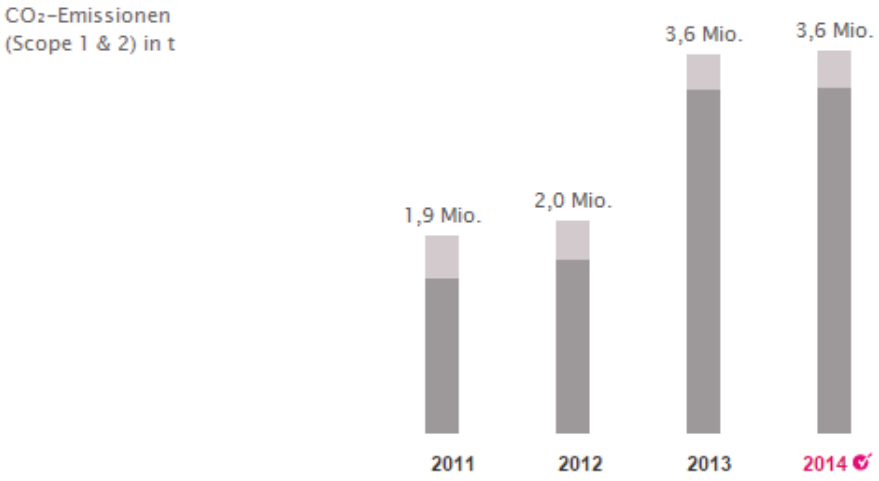
CO_2-EMISSIONEN GESAMT (SCOPE 1 & 2)

Da unsere CO_2-Emissionen maßgeblich durch den Stromverbrauch getrieben sind, ist der leichte Anstieg der Emissionen gegenüber dem Vorjahr um rund 1 Prozent hauptsächlich auf die Aufnahme zusätzlicher Landesgesellschaften in das Reporting zurückzuführen. Ohne diese Gesellschaften wären die Emissionen um rund 3 Prozent gesunken. Dieser Rückgang folgt vor allem aus der Reduzierung der Stromverbräuche und der daraus resultierenden Emissionen bei Makedonski Telekom, T-HT Hrvatski Telekom und T-Systems UK. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

In der Berechnung der Emissionen wurden Emissionsreduktionen durch den Erwerb von Zertifikaten für erneuerbare Energien berücksichtigt. Zertifikate wurden von den Landesgesellschaften T-Mobile Netherlands, Magyar Telekom Hungary, OTE, Cosmote Greece, T-Mobile Polska und Slovak Telekom erworben. Die Emissionswerte für 2013 wurden gegenüber der Veröffentlichung im Vorjahr geändert. Für Details siehe Kommentare der Landesgesellschaften.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe unserer direkten und indirekten CO_2-Emissionen (Scope 1 & 2) entsprechend dem Greenhouse Gas Protocol decken wir die GRI-Indikatoren G4-EN15 (direkte THG-Emissionen) und G4-EN16 (indirekte energiebezogene THG-Emissionen)vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Gesamte Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



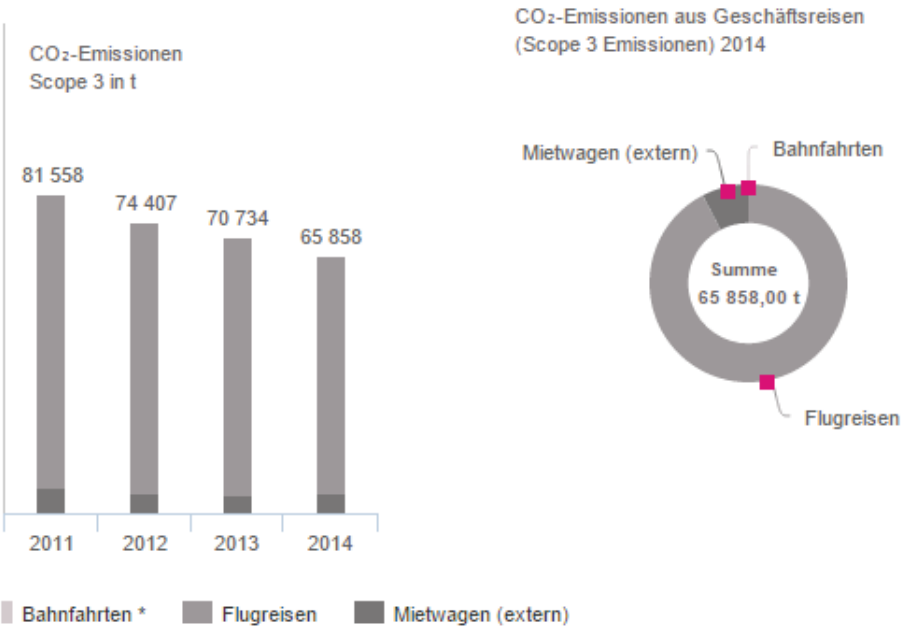
	2011	2012	2013	2014
CO_2-Emissionen (Scope 1) in t	387 708	354 208	336 641	344 391
CO_2-Emissionen (Scope 2) in t	1 465 914	1 637 815	3 214 352	3 229 540
CO_2-Emissionsreduktionen durch Zertifikate für erneuerbare Energien in t	1 574 218	1 628 174	286 207	298 321

Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

CO_2-EMISSIONEN AUS GESCHÄFTSREISEN (SCOPE 3 EMISSIONEN)

Im Berichtszeitraum konnte der Konzern DT in Deutschland eine deutliche Reduktion der Scope-3-Emissionen erzielen. Dies ist besonders auf gesunkene Emissionen aus Flugreisen zurückzuführen. Die Reduktion der Scope-3-Emissionen ist Teil der Klimaschutzstrategie der Deutschen Telekom, deren Ziel eine systematische Minimierung aller CO_2-Emissionen (Scope 1-3) ist.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Angabe decken wir den G4-EN17 (weitere indirekte THG-Emissionen) sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Gesamte Treibhausgasemissionen Scope 1-3) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



* Ab dem 15.02.2010 sind alle Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn CO_2-frei (klimaneutral).

MOBILITÄT

ANZAHL FAHRZEUGE

Die Gesamtzahl unserer Fahrzeuge ist gegenüber dem Vorjahr um rund 5 Prozent gestiegen. Ausschlaggebend hierfür war die Aufnahme von drei weiteren Landesgesellschaften in das Reporting. Ohne diese Gesellschaften wäre die Anzahl der Fahrzeuge um 3 Prozent gesunken. Insbesondere der Konzern DT in Deutschland, Makdenoski Telekom und Slovak Telekom konnten die Anzahl ihrer Fahrzeuge deutlich verringern. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Die Gesamtzahl erdgasbetriebener Fahrzeuge blieb stabil. Das unzureichende Herstellerangebot schränkte die Möglichkeiten zur Ausweitung dieser Fahrzeugkategorie ein. Dessen ungeachtet setzen wir bei der Anschaffung von Geschäfts- und Dienstfahrzeugen wir weiter – soweit wirtschaftlich vertretbar – auf alternative beziehungsweise verbrauchsarme Antriebe. Weiterführende Informationen über das klimaschonende Flottenmanagement der Telekom finden Sie hier.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator G4-EN30 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

	2011	2012	2013	2014
Anzahl Fahrzeuge Gesamt	**45 140**	**43 306**	**41 618**	**43 662**
Anzahl Diesel Fahrzeuge	37 005	34 931	33 538	35 352
Anzahl Benzin Fahrzeuge	7 958	8 234	7 903	8 051
Anzahl Alternative Fahrzeuge	177	141	177	259
Anzahl Geschäftsfahrzeuge	15 645	15 287	14 670	13 716
Anzahl Dienstfahrzeuge	29 495	28 019	26 948	29 946

FAHRLEISTUNG

Im Zusammenhang mit der größeren Anzahl an Fahrzeugen nahm auch die Fahrleistung um 4 Prozent zu. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf die Aufnahme von drei weiteren Landesgesellschaften in das Reporting zurückzuführen. Ohne diese Gesellschaften wäre die Fahrleistung um 2 Prozent gesunken. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator G4-EN30 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

	2011	2012	2013	2014
Fahrleistung Gesamt	**1 032 053**	**1 018 620**	**959 958**	**995 406**
Fahrleistung Geschäftsfahrzeuge	458 709	476 854	447 749	436 257
Fahrleistung Dienstfahrzeuge	573 344	541 766	512 209	559 148
Fahrleistung Fahrzeuge mit Dieselkraftstoff	872 539	854 930	800 365	842 698
Fahrleistung Fahrzeuge mit Benzinkraftstoff	153 811	158 516	154 170	147 277
Fahrleistung Alternative Fahrzeuge	5 703	5 174	5 424	5 431

KRAFTSTOFFVERBRAUCH

Insgesamt stieg der Kraftstoffverbrauch um rund 4 Prozent. Ausschlaggebend hierfür war die Aufnahme von sieben weiteren Landesgesellschaften in das Reporting. Ohne diese Gesellschaften wäre der Kraftstoffverbrauch um 2 Prozent gesunken. Insbesondere Makedonski Telekom und Slovak Telekom konnten Ihren Kraftstoffverbrauch deutlich reduzieren. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator G4-EN30 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

	2011	2012	2013	2014	
Kraftstoffverbrauch Gesamt	**81 677 578**	**78 562 320**	**73 580 929**	**76 375 220**	✓
Kraftstoffverbrauch Geschäftsfahrzeuge	33 672 498	33 530 307	31 514 921	30 992 181	✓
Kraftstoffverbrauch Dienstfahrzeuge	48 005 080	45 032 013	42 066 008	45 383 039	✓
Kraftstoffverbrauch Dieselfahrzeuge	62 593 130	59 893 066	55 816 139	58 135 612	✓
Kraftstoffverbrauch Benzinfahrzeuge	18 559 375	18 161 792	17 373 845	17 873 299	✓
Kraftstoffverbrauch Alternative Antriebe	525 073	507 461	390 945	366 309	✓

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

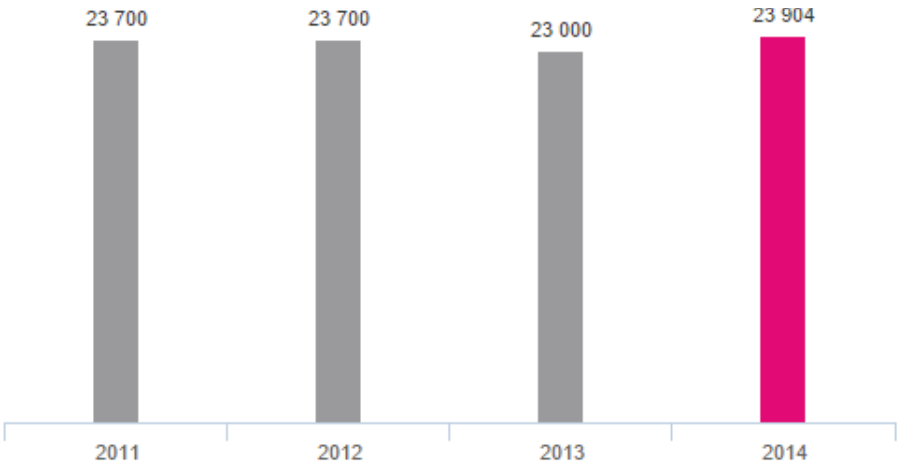
JOBTICKET

Im Jahr 2014 nutzten 23 904 Beschäftigte des Telekom-Konzerns in Deutschland in 30 Verkehrsverbünden den öffentlichen Nahverkehr mit einem arbeitgeberseitig bereitgestellten Jobticket.

An vielen deutschen Telekom-Standorten insbesondere in den großen Ballungsräumen bieten wir unseren Beschäftigten regionale Jobtickets in Form von Monats- oder Jahreskarten im Abonnement zu besonders günstigen Konditionen an. Damit fördern wir einen klimaverträglichen öffentlichen Personennahverkehr und helfen unseren Mitarbeitern, ihre berufsbedingten Fahrtkosten gering zu halten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Durch unsere Angaben zur Nutzung des Jobtickets decken die EFFAS-Kennzahl V04-13 (Prozentsatz an Services zur Reduktion von Klimaauswirkungen) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 2 (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie), 10 (Innovations- und Produktmanagement) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



HANDY-RÜCKNAHME & ABFALL-AUFKOMMEN

ESG KPI „HANDY-RÜCKNAHME“ (NEU) DEUTSCHE TELEKOM KONZERN

Im Berichtszeitraum haben wir die KPI umfassend auf ihre Steuerungsrelevanz geprüft und zum Teil aktualisiert. Die Bezugsgröße des ESG KPI „Handyrücknahme“ wurde von „Anzahl Kunden“ zu „Anzahl in Umlauf gebrachter mobile Endgeräte“ geändert. So lässt sich das Verhältnis zwischen in den Markt gebrachten und zurückgenommenen Mobiltelefonen genauer abbilden. Eine ökologisch wünschenswerte, längere Verwendung der Geräte durch den Kunden wirkt sich damit positiv auf den Wert des KPI aus.

Der neue KPI wird rückwirkend ab 2013 berichtet.

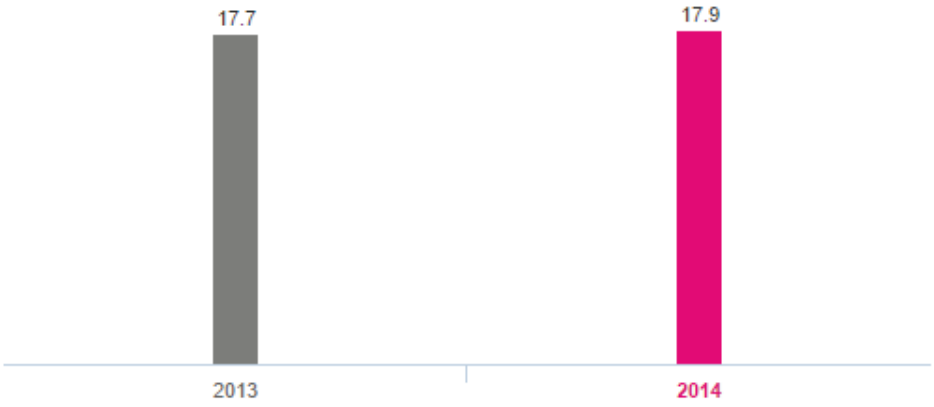
Im Jahr 2014 wurden konzernweit (ohne TMUS) ca. 288 Tsd. Mobilgeräte zurückgenommen, ein deutlicher Rückgang gegenüber dem Vorjahr. Alleine bei TMUS wurden im Vorjahr 4,2 Mio. mobile End-geräte zurückgenommen.

Der neue ESG KPI „Handy-Rücknahme“ setzt die Zahl der zurückgenommenen mobilen Endgeräte (in Tsd.) ins Verhältnis zur Anzahl der in Umlauf gebrachten Endgeräte (in Mio.). Die Erfassung der zurückgenommenen Endgeräte erfolgt in Kilogramm oder über die Stückzahl. Bei der Erhebung in Kilogramm wird ein konzerneinheitlicher Umrechnungsfaktor von 7,25 Stück pro Kilogramm zugrunde gelegt, sofern kein landesspezifischer Umrechnungsfaktor vorliegt.

Die in den Markt gebrachten mobilen Endgeräte umfassen Smart Phones, Simple Phones, Tablets und mobile Festnetzgeräte. Aus Gründen der Datenqualität werden Stückzahlen aus dem Einkauf berichtet.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe des ESG KPI "Handy-Rücknahme" als Fortschrittsindikator für die ressourceneffiziente und umweltschonende Produktnutzung decken wir denGRI-Indikatore G4-EN27 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen) vollständig ab. Weiterhin wird durch die Angabe die EFFAS-Kennzahl E14-01 (Recyclingquote) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 10 (Innovations- und Produktmanagement), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungs-voller Umgang mit der Umwelt).



* Es werden alle Geschäftseinheiten berücksichtigt, in denen für 2013 und 2014 Basisdaten zur KPI Berechnung vorliegen. Dieser KPI ist für T-Systems-Einheiten nicht relevant. Darstellung Konzernwert ohne TMUS, Crnogorski Telekom, Maktel und AMC.

ESG KPI „HANDY-RÜCKNAHME" (NEU) DEUTSCHE TELEKOM AG IN DEUTSCHLAND

Im Berichtszeitraum haben wir die KPI umfassend auf ihre Steuerungsrelevanz geprüft und zum Teil aktualisiert (siehe oben).

Im Jahr 2014 wurden in Deutschland 153 Tsd. Handys zurückgenommen, das sind 8% weniger als im Vorjahr.

Der neue ESG KPI „Handy-Rücknahme" setzt die Zahl der zurückgenommenen mobilen Endgeräte (in Tsd.) ins Verhältnis zur Anzahl #der in Umlauf gebrachten Endgeräte (in Mio.). Die Erfassung der zurückgenommenen Endgeräte erfolgt in Kilogramm oder über die Stückzahl. Bei der Erhebung in Kilogramm wird ein konzerneinheitlicher Umrechnungsfaktor von 7,25 Stück pro Kilogramm zugrunde gelegt, sofern kein landesspezifischer Umrechnungsfaktor vorliegt.

Die in den Markt gebrachten mobilen Endgeräte umfassen Smart Phones, Simple Phones, Tablets und mobile Festnetzgeräte. Aus Gründen der Datenqualität werden Stückzahlen aus dem Einkauf berichtet. Dieser KPI ist für die T-Systems nicht relevant.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe des ESG KPI "Handy-Rücknahme" als Fortschrittsindikator für die ressourceneffiziente und umweltschonende Produktnutzung decken wir den GRI-Indikator G4-EN27 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen) vollständig ab. Weiterhin wird durch die Angabe die EFFAS-Kennzahl E14-01 (Recyclingquote) teilweise abgedeckt.
Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 10 (Innovations- und Produktmanagement), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



ESG KPI „HANDY-RÜCKNAHME" (ALT) DEUTSCHE TELEKOM AG IN DEUTSCHLAND

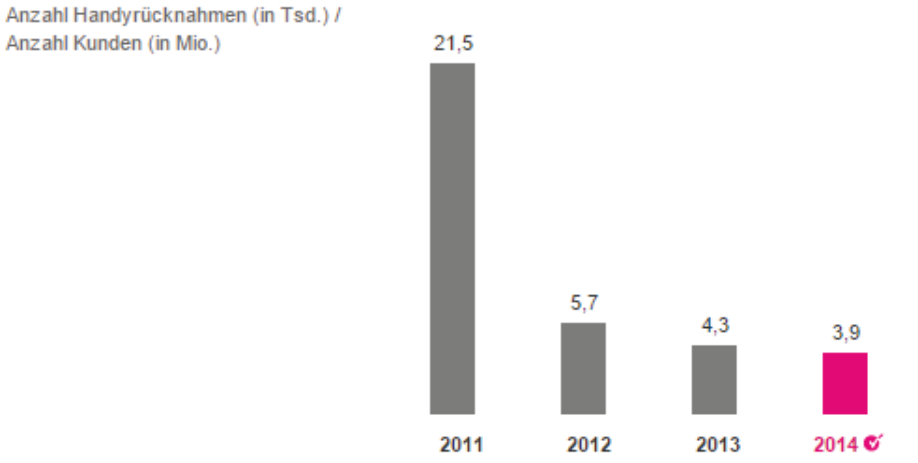
Wie oben erwähnt ersetzten wir im Rahmen einer Überprüfung aller ESG KPI die Bezugsgröße dieses KPI von „Anzahl Kunden" durch „Anzahl in Umlauf gebrachter mobile Endgeräte".

Trotz dieser Umstellungen berichten wir den bisherigen KPI hier noch parallel, um eine Vergleichsmöglichkeit zum Vorjahr zu bieten.

Der bisherige KPI „Handy-Rücknahme" setzt die Zahl der zurückgenommenen Handys in Tausend ins Verhältnis zur Anzahl an Mobilfunk-Kunden in Millionen. Die Erfassung der Daten erfolgt in Kilogramm oder über die Stückzahl. Bei der Erhebung in Kilogramm wird ein konzerneinheitlicher Umrechnungsfaktor von 7,25 Stück pro Kilogramm zugrunde gelegt, sofern kein landesspezifischer Umrechnungsfaktor vorliegt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe des ESG KPI "Handy-Rücknahme" als Fortschrittsindikator für die ressourceneffiziente und umweltschonende Produktnutzung decken wir den GRI-Indikator G4-EN27 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen) vollständig ab. Weiterhin wird durch die Angabe die EFFAS-Kennzahl E14-01 (Recyclingquote) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 10 (Innovations- und Produktmanagement), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



	2011	2012	2013	2014
Anzahl Handyrücknahmen in Tsd.	762	208	167	154
Anzahl Mobilfunkkunden in Mio.	35,4	36,6	38,6	39,0

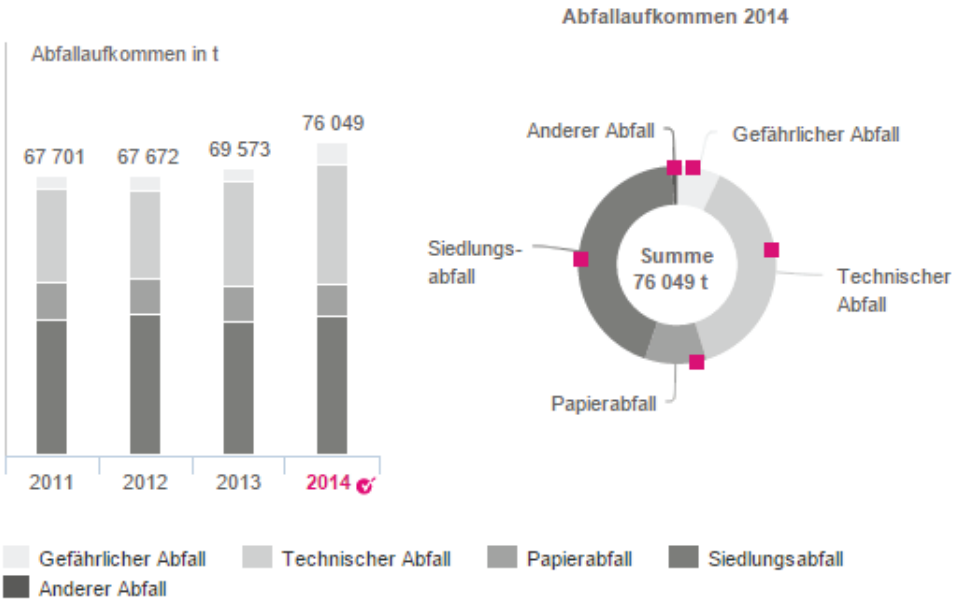
Daten durch PwC geprüft. Die Berechnung der zurückgenommenen Handys enthält Hochrechnungen.

ABFALLAUFKOMMEN

Die konzernweite Abfallmenge ist gegenüber 2013 um ca. 9% gestiegen. Dieser Anstieg ist hauptsächlich auf größere Mengen technischen Abfalls bei Cosmote Group Greece und T-Mobile Polska und die gestiegene Menge gefährlichen technischen Abfalls bei Konzern DT in Deutschland zurückzuführen. Die Mengen technischen Abfalls schwanken von Jahr zu Jahr in Abhängigkeit von unregelmäßig durchgeführten Projekten. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe unseres Abfallaufkommens decken wir den GRI-Indikator G4-EN23 (Abfall nach Art und Entsorgungsmethode) sowie die EFFAS-Kennzahl E04-01 (Gesamter Müll in Tonnen) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



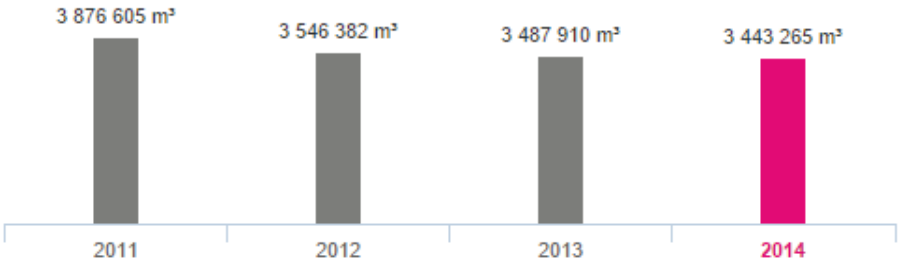
WEITERE ÖKOLOGISCHE DATEN

WASSERVERBRAUCH

Der konzernweite Wasserverbrauch ist leicht um etwa 1 Prozent gesunken. Maßgeblich trug hierzu der niedrigere Wasserverbrauch in Deutschland bei. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Mit der Angabe unseres Wasserverbrauchs decken wir die EFFAS-Kennzahl E28-01 (Gesamtwasserkonsum) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

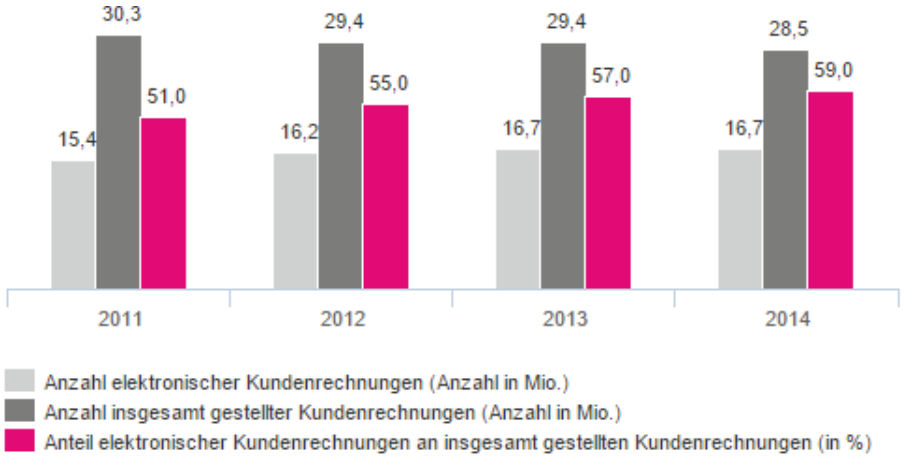


ELEKTRONISCHE KUNDENRECHNUNGEN

2013 wurden 16,7 Millionen Kundenrechnungen elektronisch zugestellt. Dies entspricht 57 Prozent der übermittelten Kundenrechnungen und Gutschriftserteilungen für Festnetz- wie Mobilfunk-Kunden. Der Anteil der elektronischen Kundenrechnungen ist somit über die letzten vier Jahre kontinuierlich gestiegen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Durch unsere Angaben zur Anzahl elektronisch übermittelter Kundenrechnungen decken wir den GRI-Indikator G4-EN27 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen) vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl V04-13 (Prozentsatz an Services zur Erhöhung der Öko-Effizienz der eigenen Produkte) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 2 (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie) und 10 (Innovations- und Produktmanagement) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungs-voller Umgang mit der Umwelt).

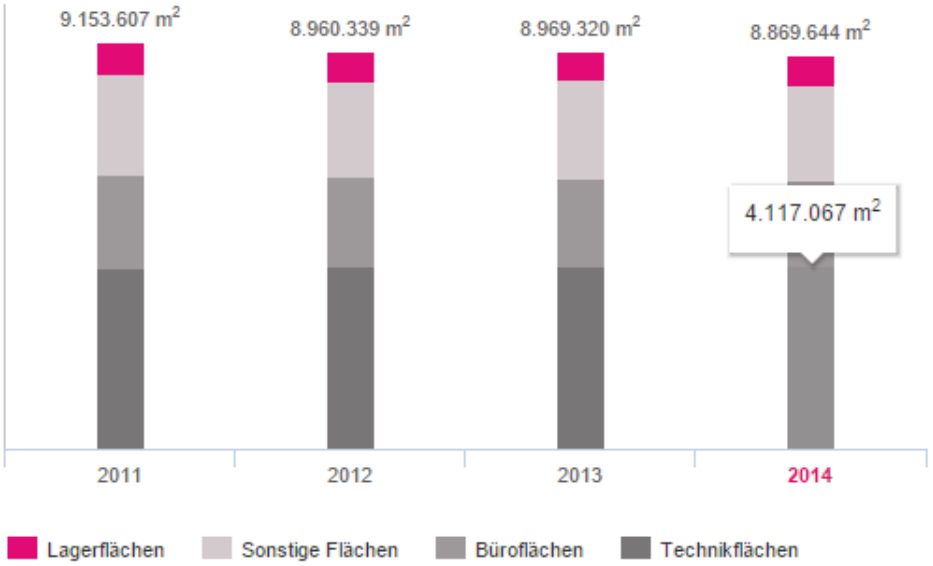


FLÄCHENNUTZUNG

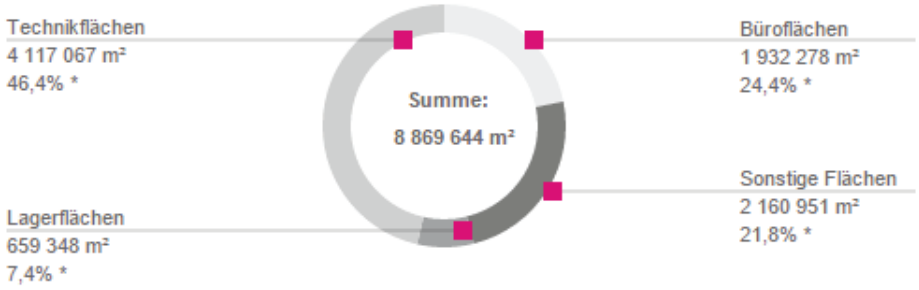
Die von der Deutschen Telekom in Deutschland genutzten Grundstücke decken den wesentlichen Bedarf an Technik-, Büro-, Lager- und sonstigen Flächen. Mit insgesamt 8 870 Tausend Quadratmetern ist die Summe genutzter Flächen gegenüber dem Vorjahr leicht gesunken.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen). Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



* Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.



* Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT

ESG KPI-SET „COMMUNITY INVESTMENT“, „BENEFICIARIES“, „MEDIENKOMPETENZ“

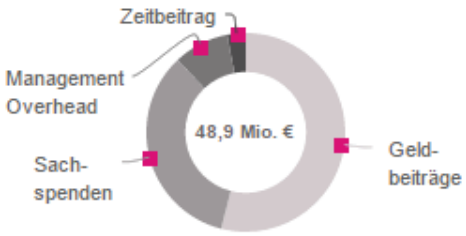
Drei neue KPI zur Wirkungsmessung des gesellschaftlichen Engagements wurden für 2014 pilotiert und werden hier erstmals extern berichtet. Wir orientieren. Wir orientieren uns dabei an der Methodik der London Benchmarking Group (LBG) mit den Aspekten „Input“ (Aufwand/Engagement), „Output“ (Resultate) sowie „Impact“ (Veränderung).

Der ESG KPI „Community Investment“ bildet das finanziell, personell und in Sachmitteln geleistete Engagement der Telekom ab.

Der ESG KPI „Beneficiaries“ zeigt die Anzahl der Engagierten und als Zielgruppe die erreichten Menschen, die an gesellschaftlichen Maßnahmen der Deutschen Telekom partizipieren.

Der ESG KPI „Medienkompetenz“ („Media Literacy“) misst die Anzahl der mit Programmen in diesem Bereich erreichten Menschen. Dieser KPI stellt den direkten Bezug zu unserem Kerngeschäft her.

ESG KPI „Community Investment“ (Input Split)
48,9 Mio. €



ESG KPI „Beneficiaries“**	13 Mio. Personen
ESG KPI „Medienkompetenz“	40%



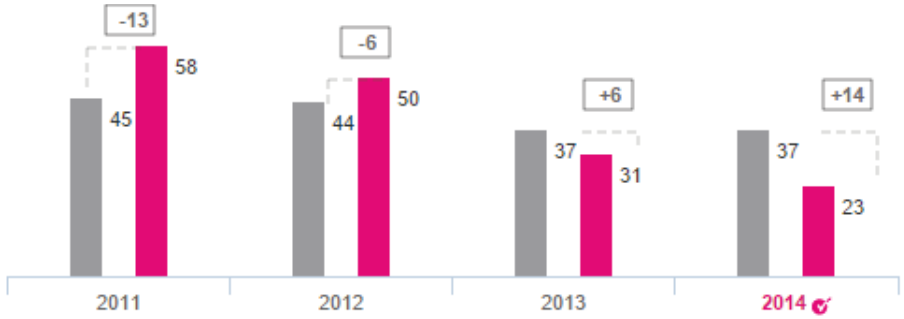
ESG KPI „GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT“

Unsere Leistung im gesellschaftlichen Umfeld messen wir mit dem abgebildeten ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement“. Der ESG KPI zeigt, dass im Jahr 2014 unsere Leistung deutlich höher bewertet wurde als die Wichtigkeit, die dem Thema in der Bevölkerung beigemessen wird.

Grundlage des ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement“ ist eine telefonische Exklusivbefragung von 2 000 Personen aus der deutschen Wohnbevölkerung (Kunden und Nicht-Kunden) durch TNS Infratest.

Zur Ermittlung der Wichtigkeit gesellschaftlichen Engagements wurde gefragt: „Wie wichtig ist Ihnen, dass sich Unternehmen gesellschaftlich engagieren?“. Zur Erfassung der Performance der Deutschen Telekom Gruppe in Deutschland wurden den Befragten die Namen mehrerer Unternehmen vorgelesen mit der Aufforderung, die Frage zu beantworten, ob diese Unternehmen sich gesellschaftlich engagierten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Die Angabe ist relevant für die Kriterien 18 (Gemeinwesen) und 7 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.



Leistung: Anteil der Befragten, welche die Deutsche Telekom als gesellschaftlich engagiertes Unternehmen werteten (in %).

Wichtigkeit: Anteil der Befragten, die gesellschaftliches Engagement von Unternehmen als wichtig erachten. Antwort mit „sehr wichtig“ bzw. „äußerst wichtig“. Seit 2013 zusätzlich auch „wichtig“ (i

ESG KPI „Gesellschaftliches Engagement“: Differenz zwischen Wichtigkeit und Leistung der Deutschen Telekom im „Gesellschaftlichen Engagement“ (Differenz in %-Punkten).

Daten durch PwC geprüft. Daten stammen teilweise von externen Dienstleistern.

ENGAGEMENT@TELEKOM

Die Mitarbeiter der Landesgesellschaften setzen sich auf vielfältige Art und Weise für die Gesellschaft ein. Im Mittelpunkt des Engagements (Corporate Volunteering) stehen dabei häufig Unterstützungsleistungen für Menschen, die sich noch nicht selbst helfen können: bedürftige Kinder und Jugendliche. In fast allen Landesgesellschaften gibt es ein breites freiwilliges Engagement. Im Rahmen der internationalen Implementierung von engagement@telekom werden die Kerndaten dazu seit dem Jahr 2012 erfasst. Zwar fanden 2014 wiederum weniger Social Days als im Vorjahr statt, zugleich stieg aber die Teilnehmerzahl der Aktionen. Die Aktionsschwerpunkte verlagern sich zunehmend hin zu zielgerichtetem kompetenzbasiertem Engagement mit geringerer Stundenzahl.

	2012	2013	2014
Anzahl durchgeführte Volunteering Projekte	380	219	160
Anzahl Volunteers (Mitarbeiter)	14 829	16 847	29 430
Geleistete Arbeitsstunden	83 564	91 096	47 477

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT

ESG KPI "MITARBEITERZUFRIEDENHEIT CR"

Mit dem CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR“ ermitteln wir die Identifikation und Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem CR-Engagement. Die Messung findet auf Basis der alle zwei bis drei Jahre stattfindenden Mitarbeiterbefragungen in den Landesgesellschaften statt und dient bei der Definition von Zielvorgaben als Grundlage. 2010 und 2012 fanden die ersten Messungen statt. Die nächste Messung findet im Frühjahr 2015 statt und wird im nächsten CR-Bericht dargestellt.

In der Befragung aus dem Jahr 2012 zeigte sich eine deutliche Steigerung in der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem CR-Engagement.



Die Deutsche Telekom nimmt ihre Verantwortung im Hinblick auf gesellschaftliches und ökologisches Engagement gut wahr (in %).
Ich identifiziere mich mit dem gesellschaftlichen und ökologischen Engagement der Deutschen Telekom (in %).

Daten durch PwC geprüft. Daten stammen teilweise von externen Dienstleistern. Werte sind nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar, da sich die Grundgesamtheit durch neu teilnehmende Landesgesellschaften verändert hat.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Die Angabe ist relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte und Vielfalt) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit) und 6 (Beseitigung von Diskriminierung).

ZUFRIEDENHEITS- UND ENGAGEMENT-INDEX (DEUTSCHLAND UND KONZERN)

	2011	2012	2013	2014
Deutschland	83%	85%	86%	86%
International	70%	82%	81%	82%
Konzern (gesamt)	**78%**	**84%**	**84%**	**84%**
Engagement-Index (Commitment-Index), Skala 1 bis 5	3,8*	4,0	4,0*	4,0*

Die ermittelten Werte stammen aus den zum jeweiligen Zeitpunkt aktuellen Puls- und Mitarbeiterbefragungen, die letzte Pulsbefragung erfolgte im November 2014. Eine Mitarbeiterbefragung fand 2014 nicht statt. Die nächste Mitarbeiterbefragung wird im April/Mai 2015 durchgeführt.

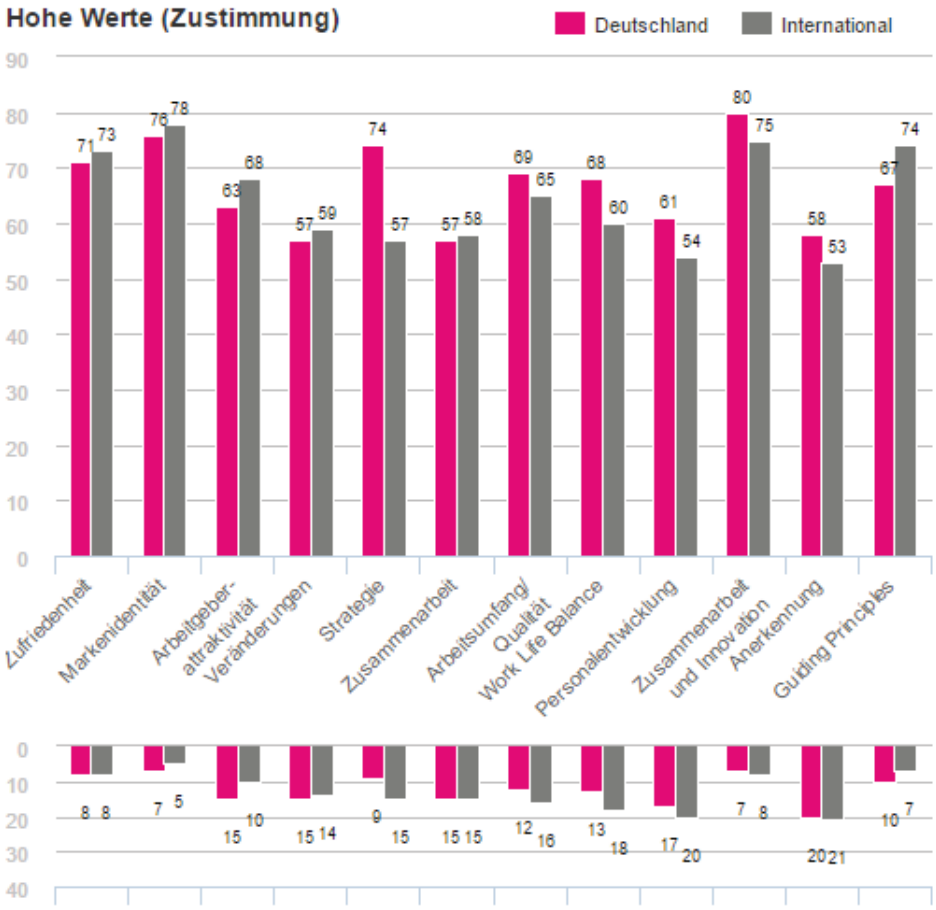
* aus Mitarbeiterbefragung des Vorjahres

PULS-CHECK

Auch 2014 konnten in der Pulsbefragung zur Mitarbeiterzufriedenheit sehr gute Werte erzielt werden: 73 Prozent der Befragten konzernweit beantworteten die Frage, wie sie sich im Unternehmen fühlten, positiv. Selbst gegenüber dem ausgezeichneten Vorjahresergebnis hielt der Aufwärtstrend damit weiter an.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 14 (Arbeitnehmerrechte) und 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen) und 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).





Beste Werte = hervorragend, gut / sehr einverstanden, einverstanden.
Niedrige Werte = schlecht, sehr schlecht / nicht einverstanden, überhaupt nicht einverstanden.
Teils-teils-Bewertungen nicht abgebildet.

Erläuterung zu den gestellten Fragen:

Zufriedenheit = Wie fühlen Sie sich in unserem Unternehmen?
Markenidentität = Ich bin stolz auf die Marke Telekom.
Arbeitgeberattraktivität = Ich würde unser Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber weiterempfehlen.
Veränderungen = Die Veränderungen in unserem Unternehmen sind für mich nachvollziehbar.
Strategie = Die Strategie der Deutschen Telekom kann ich anderen erklären.
Zusammenarbeit und Innovation = Ich erlebe, dass wir innerhalb der Deutschen Telekom im Interesse des Konzernerfolgs partnerschaftlich zusammenarbeiten.
Arbeitsumfang/Qualität = In meinem Team sind Arbeitspensum und Qualitätsanspruch miteinander vereinbar.
Work Life Balance = Meine derzeitigen Arbeitszeiten ermöglichen mir eine gute Balance zwischen privaten (Familie, Hobby) und beruflichen Interessen.
Personalentwicklung = Für meine berufliche Entwicklung gibt es in unserem Unternehmen ausreichend Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
Zusammenarbeit und Innovation = In meinem Team teilen wir Ideen aktiv mit anderen, um Verbesserungen für die Telekom zu erreichen.
Anerkennung = Wenn ich an all die erbrachten Leistungen und Anstrengungen denke, halte ich die

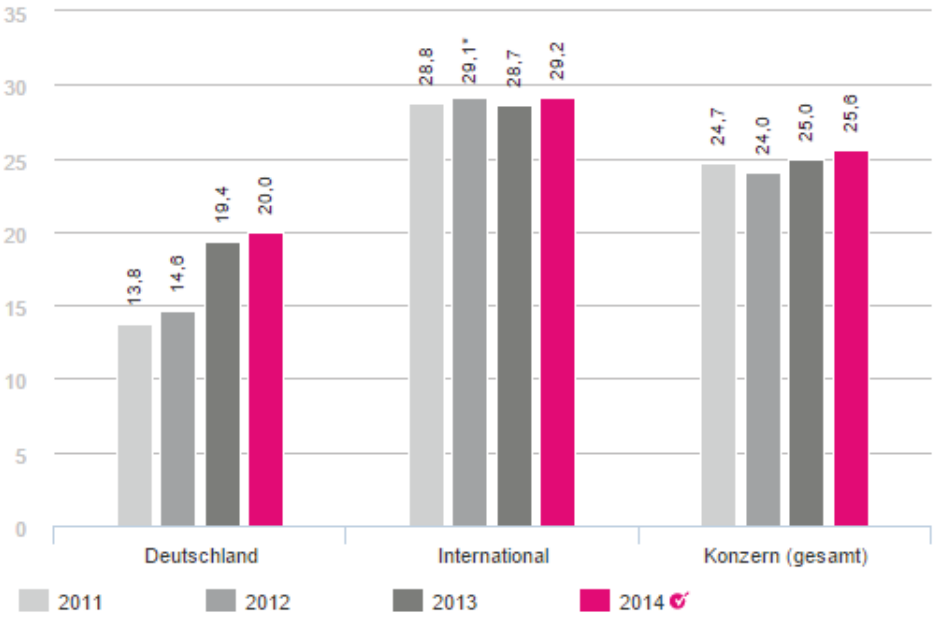
DIVERSITY & ALTERSVORSORGE

FRAUEN IM MITTLEREN UND OBEREN MANAGEMENT

Der Anteil von Frauen im mittleren und oberen Management konnte im Jahr 2014 insbesondere in Deutschland gegenüber den Vorjahren auf 20% gesteigert werden, während der Anteil in den internationalen Konzerngesellschaften konstant bei ca. 29% blieb.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

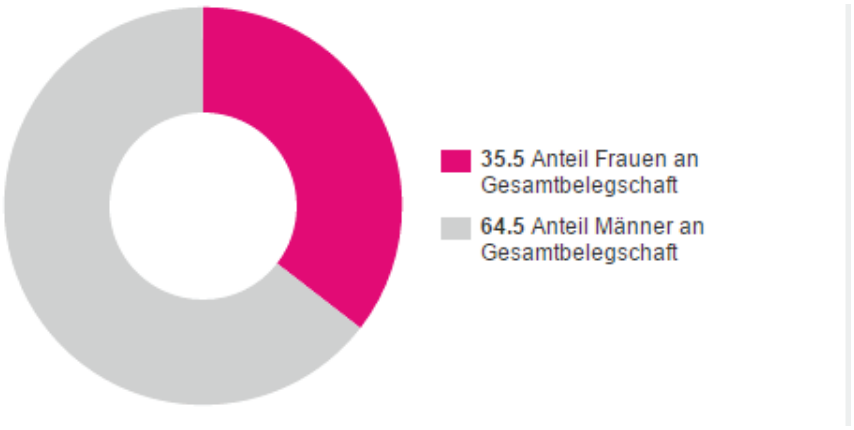
Durch die Angabe des Prozentsatzes von Frauen im mittleren und oberen Management decken wir den GRI-Indikator G4-LA12 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) und die EFFAS-Kennzahl S10-02 (Anteil von Frauen in Führungspositionen) vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl S10-01 (prozentualer Frauenanteil an der gesamten Belegschaft) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).



* Rundungsdifferenzen aus 2012 korrigiert

Daten durch PwC geprüft.

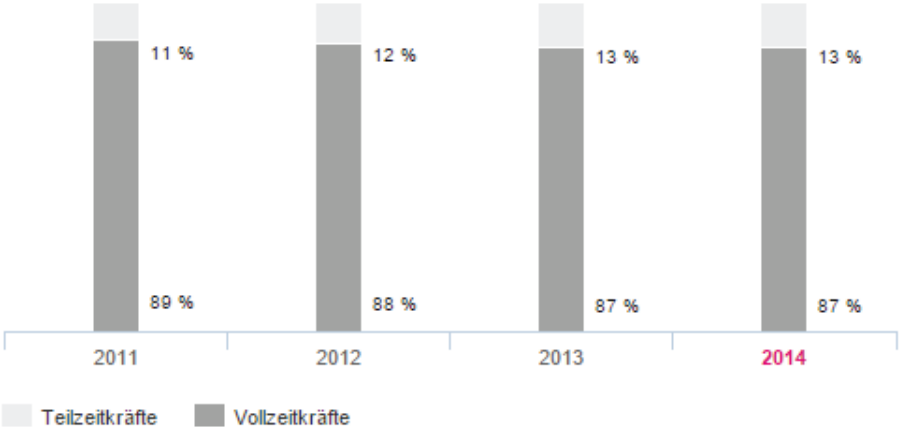
ANTEIL FRAUEN AN DER GESAMTBELEGSCHAFT



MITARBEITER IN TEILZEIT DEUTSCHE TELEKOM IN DEUTSCHLAND

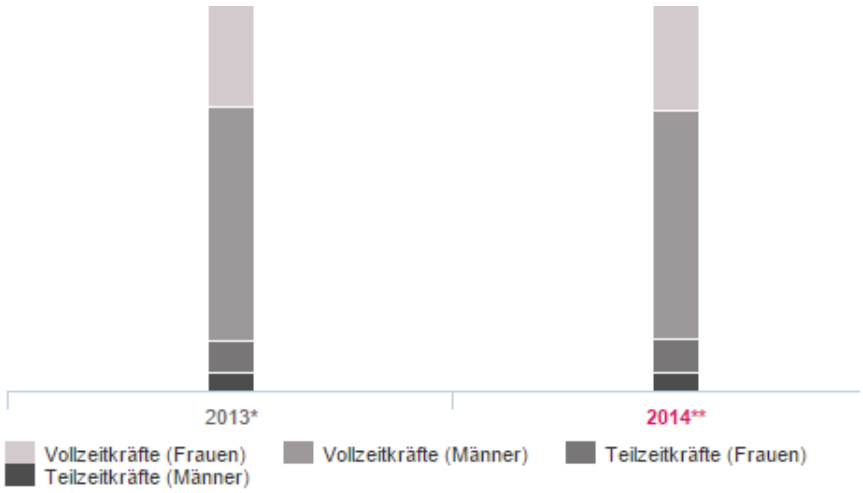
Der Anteil der Beschäftigten in Teilzeit belief sich 2014 auf etwa 13 Prozent und hat ist damit gegenüber dem Vorjahr stabil geblieben.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Mit dieser Angabe decken wir Anforderungen des Indikators G4-10 teilweise ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für die Kriterien 14 (Arbeitnehmerrechte) und 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen) und 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).



MITARBEITER IN TEILZEIT DEUTSCHE TELEKOM KONZERN

Mit dieser Angabe decken wir Anforderungen des Indikators G4-10 teilweise ab.



* Enthält keine Daten für Magyar Telekom, OTE International Investments Limited, C&B und Scout24 International2014.
** Enthält keine Daten für Deutsche Telekom North America, Deutsche Telekom International Finance B.V., C&B International, DeTeFleet, ICSS- und GTS-Companies.

MENSCHEN MIT BEHINDERUNG

Die Förderung und Integration von Menschen mit Behinderungen ist uns ein wichtiges Anliegen. Der Anteil schwerbehinderter Beschäftigter im Konzern in Deutschland lag auch 2014 mit 7 Prozent deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

Durch die Angabe ist der GRI-Indikator G4-LA12 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.
Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

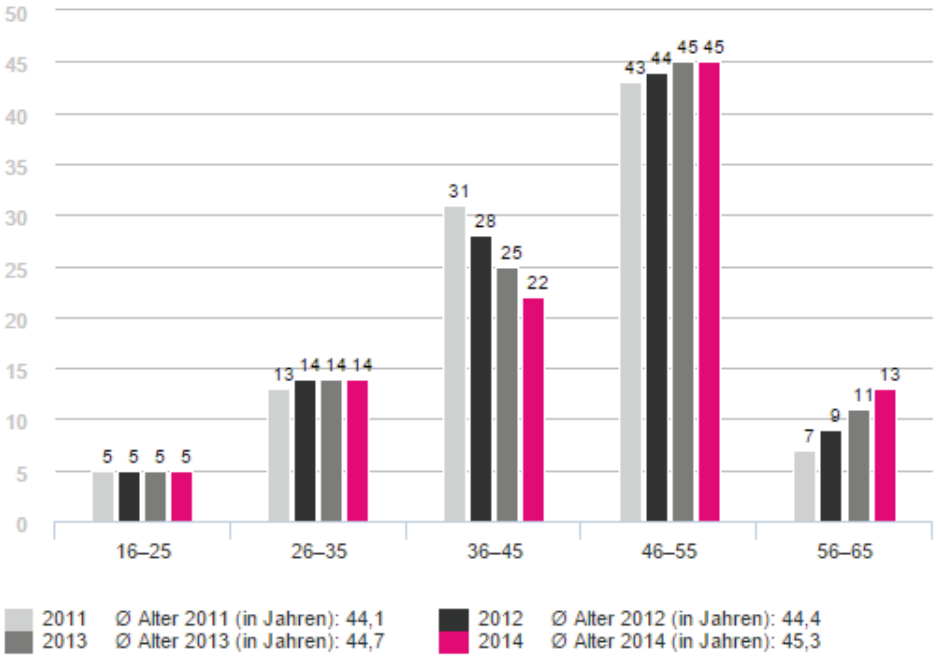
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Deutschland	6,3	6,6	6,7	7,1	7,6	7,5
Europa					2,5	2,8
Systemgeschäft	3,6	3,7	3,8	4,1	4,2	4,6
Group Headquarters and Group Services	7,7	7,9	8,1	7,6	5,6	8,7
Konzern (gesamt) in Deutschland	**6,0**	**6,2**	**6,3**	**6,4**	**6,4**	**7,0**

ALTERSSTRUKTUR DEUTSCHE TELEKOM KONZERN IN DEUTSCHLAND

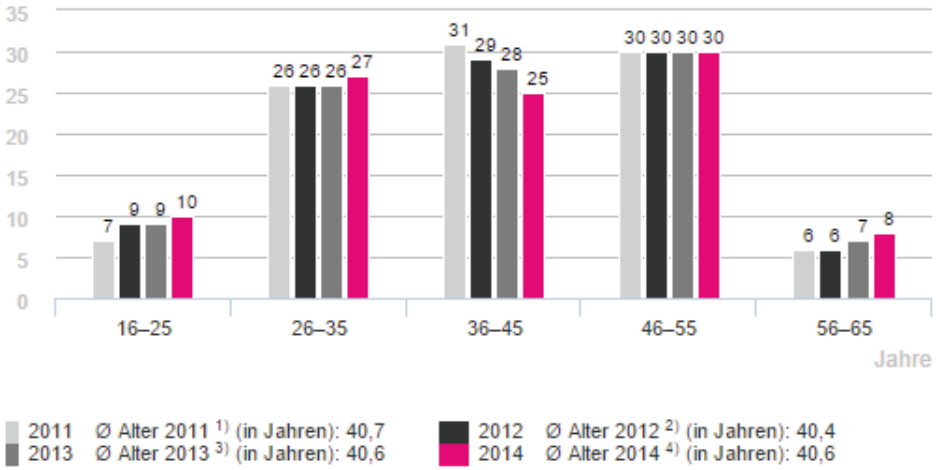
Die Altersstruktur der Telekom in Deutschland hat sich 2014 gegenüber dem Vorjahr nicht wesentlich verändert. Der Großteil unserer Beschäftigten gehört der Altersgruppe der 46- bis 55-Jährigen an. Einen im Vierjahrestrend recht deutlichen Rückgang verzeichneten wir in der Altersgruppe zwischen 36 und 45. Dort sank der Anteil der Beschäftigten von 31 über 28 auf zuletzt 25 Prozent. Im Segment der 56- bis 65-Jährigen stieg der Wert gegenüber dem Vorjahr von 11 auf 13 Prozent.

Für eine optimale Umsetzung und Steuerung des Demografie-Managements beobachten wir verstärkt die Entwicklung solcher Personalkennzahlen und qualitativer Indikatoren, die für das Thema Demografie eine hohe Relevanz besitzen. Dabei ist uns wichtig, sowohl objektive Personalkennzahlen als auch subjektive Einschätzungen wie z.B. aus der Mitarbeiterbefragung zu betrachten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Angabe ist der GRI-Indikator G4-LA12 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft)teilweise sowie die EFFAS-Kennzahl S03-01 (Altersverteilung der Belegschaft) vollständig abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).



ALTERSSTRUKTUR DEUTSCHE TELEKOM KONZERN



2011 Ø Alter 2011 [1] (in Jahren): 40,7
2012 Ø Alter 2012 [2] (in Jahren): 40,4
2013 Ø Alter 2013 [3] (in Jahren): 40,6
2014 Ø Alter 2014 [4] (in Jahren): 40,6

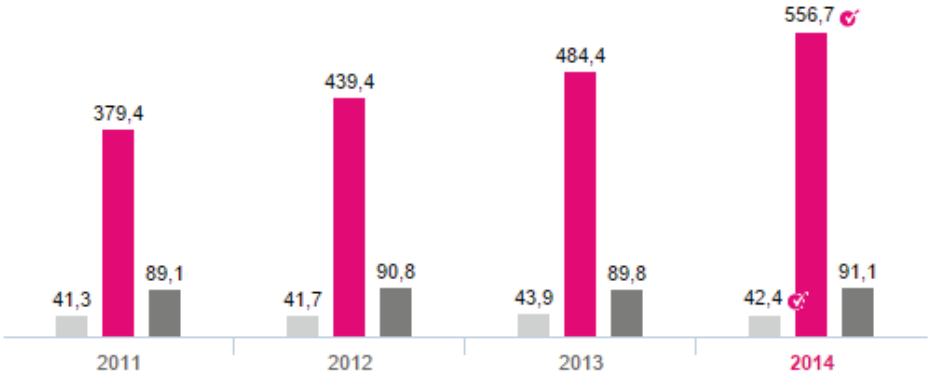
[1]) T-Systems North America ist in den Angaben nicht enthalten.
[2]) Enthält keine Daten für: T-Systems North America, T-Systems Canada und Data Migration Consulting AG.
[3]) Enthält keine Daten für: T-Systems North America, T-Systems Canada, Data Migration Consulting AG, IT Services Hungary, Szolgáltató Kft., C&B International und Scout International.
[4]) Enthält keine Daten für: Deutsche Telekom North America, T-Systems North America,T-Systems Belgium, T-Systems Japan, T-Systems Canada, T-Systems China, C&B International, Deutsche Telekom International Finance B.V. sowie ICSS- & GTS-Companies.

BETRIEBLICHE ALTERSVORSORGE

Der Anstieg im Fondsvermögen ist (wie bereits in den Vorjahren) durch die Beitragszahlungen der zunehmenden Anzahl von Planteilnehmern begründet. Da sich die überwiegende Mehrheit der Planteilnehmer des Pensionsplans 2001 noch im aktiven Zeitraum, das heißt in der Phase des Aufbaus ihrer Altersversorgung befindet, wird der Anstieg auch in den nächsten Jahren anhalten.

Mehr zur nachhaltigen Anlagestrategie für die Vermögen der betrieblichen Altersversorgung und ähnlicher Verpflichtungen in Deutschland finden Sie im Kapitel Strategie und Management.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Angabe wird der GRI-Indikator G4-EC3 (Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen) vollständig abgedeckt.



Anzahl Planteilnehmer Telekom Pensionsfond (Gesamt) in Tausend *
Fondsvermögen Telekom Pensionsfond (Gesamt) in Mio. €
Kapitalkontenzusagen (arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung Telekom) in Tausend

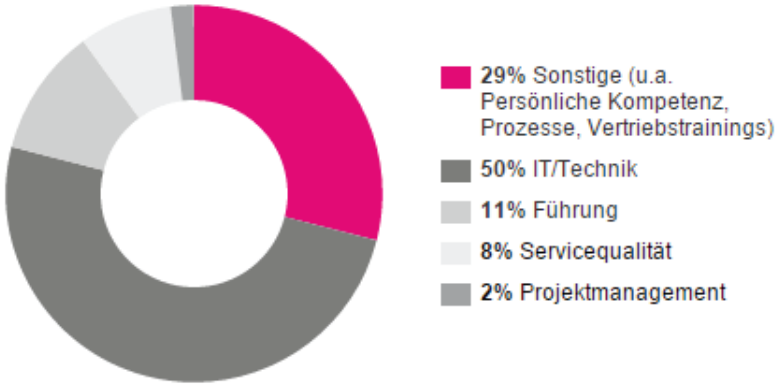
* Daten beziehen sich auf Anzahl bzw. Vermögen des Telekom-Pensionsfonds im Pensionsplan 2001.
Geprüft durch PwC: nur Anzahl Planteilnehmer Telekom Pensionsfond und Fondsvermögen Telekom Pensionsfond.

AUS- & WEITERBILDUNG

WEITERBILDUNG TELEKOM TRAINING

2014 wurden im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen der Deutschen Telekom in Deutschland 31 160 Seminare mit 295 826 Teilnehmern durchgeführt. Entsprechend der absolvierten Teilnehmertage entfielen im Berichtszeitraum durchschnittlich 4,0 Qualifizierungstage auf jeden Mitarbeiter. Darüber hinaus wurden 844 788 webbasierte Trainings durchgeführt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren G4-LA9 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) und G4-LA10 (Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen) sowie die EFFAS-Kennzahl S02-02 (Aufwendungen für Weiterbildung pro Mitarbeiter) vollständig ab. Weiterhin entsprechen wir durch die Angabe dem Kriterium 16 (Weiterbildung und Beschäftigungsfähigkeit) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.



Seminare: **31 160**
Teilnehmer: **295 826** (jeder MA Ø zwei Teilnahmen)
Teilnehmertage: **467 149**
Ø Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer: **1,6**; je Mitarbeiter: **4,0**
Anzahl durchgeführter webbasierter Trainings (Content Usages auf interner E-Learning-Plattform): **844 788**

INTERNATIONALE ENTWICKLUNGS- UND FÜHRUNGSKRÄFTE-PROGRAMME

		2010	2011	2012	2013	2014
Teilnehmer FEP*/ LDP**	gesamt	661	612	409	491	487
Teilnehmer FEP/ LDP	davon Frauen	35%	32%	43%	37%	39%
Teilnehmer Professional Programs ****	gesamt	162	164	167	165	
Teilnehmer Professional Programs ****	davon Frauen				45%	
Teilnehmer LEP***	gesamt	1 067	994	918		
Teilnehmer LEP	Männer	890	802	712		
Teilnehmer LEP	Frauen	177	192	206		
Teilnehmer LEP	Deutschland	930	855	710		
Teilnehmer LEP	International	137	139	208		

* Führungskräfte-Entwicklungsprogramm
** Leadership Development Program
*** Leadership Excellence Program
**** kein Professional Program in 2014, Neustart Mitte 2015

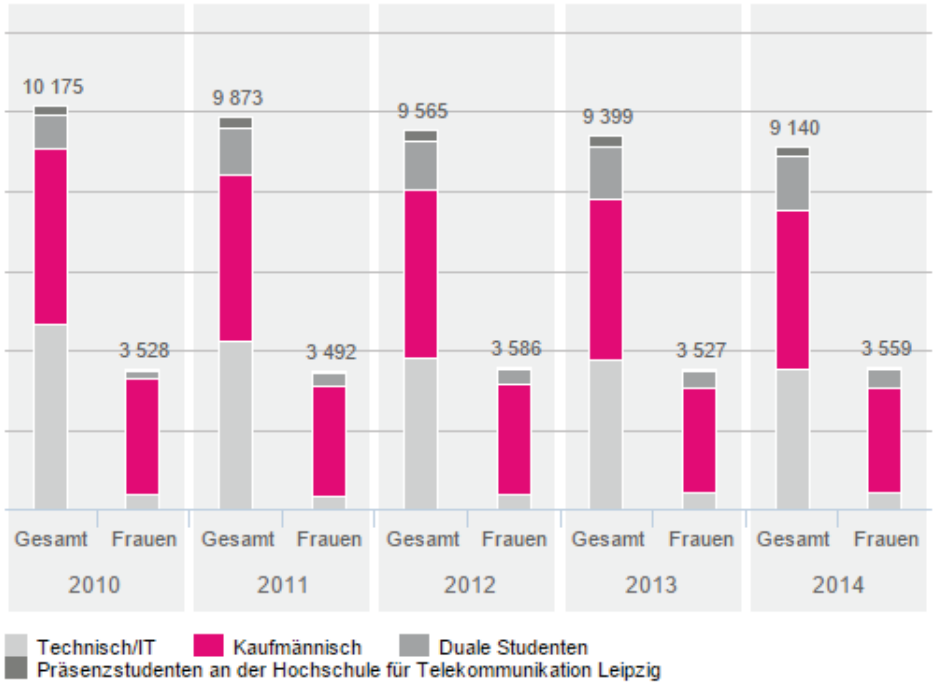
LEP wird auf Grund Neukonzeption unseres Führungskräfteentwicklungsportfolios seit 2013 nicht mehr angeboten.

Start der Umsetzung des Neukonzepts in Q1 2014.

AUSZUBILDENDE UND BERUFSFELDER KONZERN DT IN DEUTSCHLAND

Die Zahl der Auszubildenden (einschließlich Studenten) ging von 9 399 im Vorjahr auf 9 140 zurück.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator G4-LA9 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) teilweise ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.



Beispiel kaufmännische Berufe: Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute im Einzelhandel bzw. für Dialogmarketing, Industriekaufleute.
Beispiel duale Studiengänge: Bachelor in Business Administration, Telekommunikationsinformatik, Wirtschaftsinformatik.

MITARBEITERGESUNDHEIT

GESUNDHEITSQUOTE

Die Gesundheitsquote des Deutsche Telekom Konzerns blieb im Jahresverlauf mit 94,4 Prozent auf hohem Niveau konstant.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

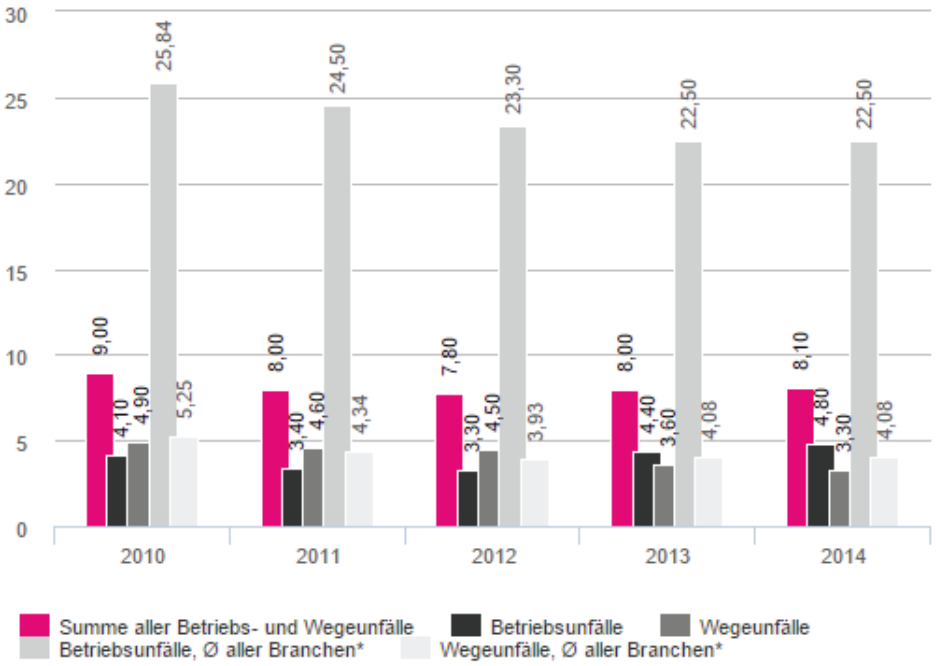
In Verbindung mit der Angabe der Arbeitsunfälle deckt die Angabe zur Gesundheitsquote den GRI-Indikator G4-LA6 (Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit) teilweise ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Deutschland	93,3	93,4	93,5	93,6	93,4	93,8
Europa	97,4	97,8	97,7	97,3	96,8	96,9
Systemgeschäft	96,4	96,5	96,2	96,3	96,3	96,4
Group Headquarters and Group Services	94,0	94,3	94,4	94,5	94,3	93,8
Konzern (gesamt)	**94,0**	**94,2**	**94,1**	**94,2**	**93,9**	**94,4**

ARBEITSUNFÄLLE IN DEUTSCHLAND

Gegenüber dem Vorjahr blieb die Quote aller Betriebs- und Wegeunfälle konstant bei etwa 8 pro 1 000 Mitarbeiter.

Erfreulicherweise kam es im Berichtszeitraum zu keinem tödlichen Unfall.



* In den bisher veröffentlichten Statistiken sind die Unfälle aus dem Jahr 2014 noch nicht erfasst.

MITARBEITERZAHLEN

ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHLEN WELTWEIT

Auch 2014 ging die Mitarbeiterzahl gegenüber den Vorjahren auf Konzernebene weiter zurück.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur weltweiten Entwicklung der Mitarbeiterzahlen den GRI-Indikator G4-LA1 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab. Weiterhin wird die EFFAS-Kennzahl S01-01 (ausscheidende Mitarbeiter) teilweise abgedeckt.

	2009*	2010*	2011*	2012*	2013*	2014
Deutschland	81 336	70 902	69 574	67 497	66 725	**68 754**
USA	40 697	37 760	32 868	30 288	37 071	**39 683**
Europa	71 163	63 338	58 794	57 937	53 265	**51 982**
Systemgeschäft	46 021	51 742	52 170	52 106	49 540	**47 762**
Group Headquarters & Group Services	20 703	23 035	21 726	21 858	21 995	**19 631**
Konzern (gesamt)	259 920	246 777	235 132	229 686	228 596	**227 811**

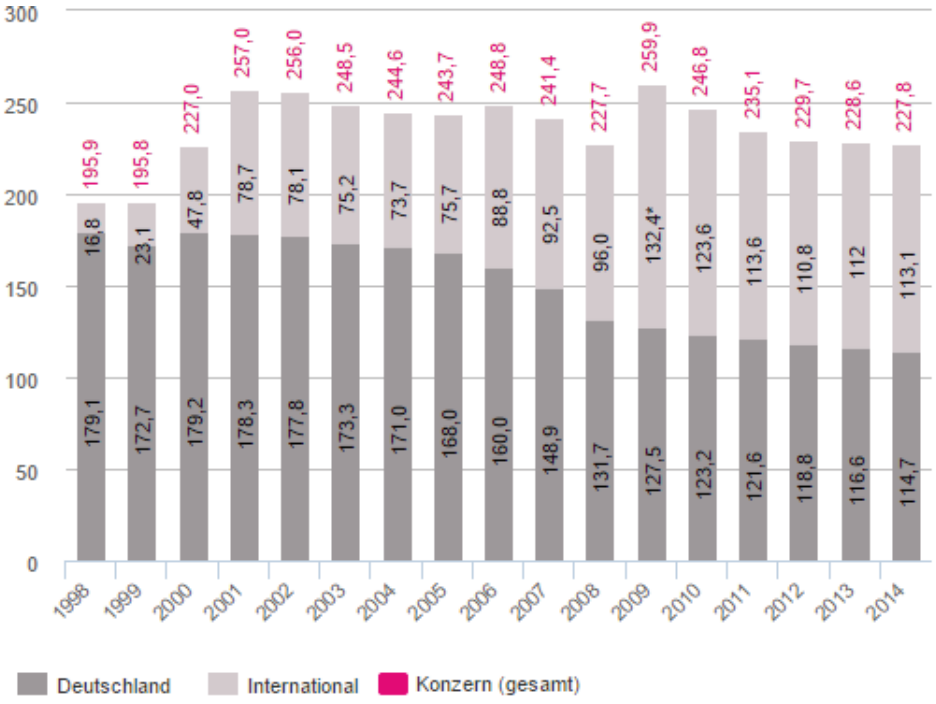
* Abweichungen gegenüber dem bisherigen Reporting entstehen durch Rückrechnungen (Restatements). Diese Restatements resultieren aus organisatorischen Veränderungen im Konzern.

BELEGSCHAFT DEUTSCHE TELEKOM 1998 BIS 2014

Auch 2014 ging die Mitarbeiterzahl gegenüber den Vorjahren auf Konzernebene weiter zurück.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards

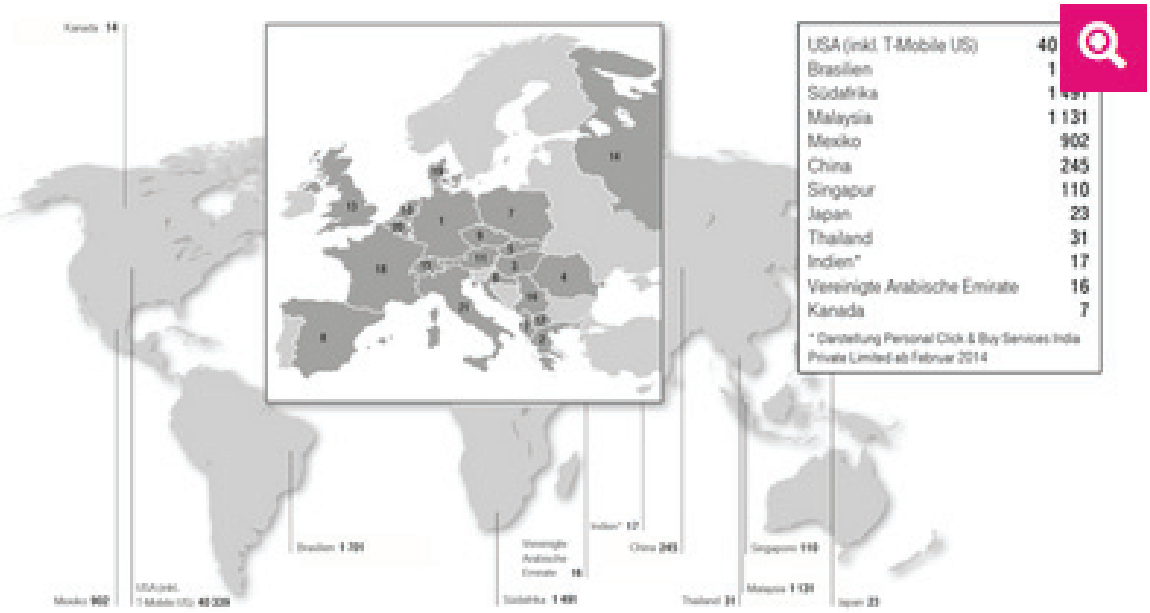
Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.



*2009 ist die OTE mit 32 990 Vollzeitäquivalent enthalten

BESCHÄFTIGTE NACH LÄNDERN

1	Deutschland	114 749
2	Griechenland	13 271
3	Ungarn	12 755
4	Rumänien	7 981
5	Slowakei	7 246
6	Kroatien	4 994
7	Polen	4 876
8	Spanien	3 349
9	Tschechien	3 551
10	Niederlande	1 951
11	Österreich	1 794
12	Mazedonien	1 362
13	Großbritannien	880
14	Russland	890
15	Schweiz	672
16	Montenegro	657
17	Albanien	437
18	Frankreich	270
19	Dänemark	47
20	Belgien	39
21	Italien	30



ANTEIL BEAMTE KONZERNBELEGSCHAFT

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Mitarbeiterentwicklung hat sich 2014 auch die Zahl der Beamten in Deutschland von 36 114 im Vorjahr auf 34 482 Vollzeitstellen verringert.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zum Anteil von Beamten an der Konzernbelegschaft den GRI-Indikator G4-LA1 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.

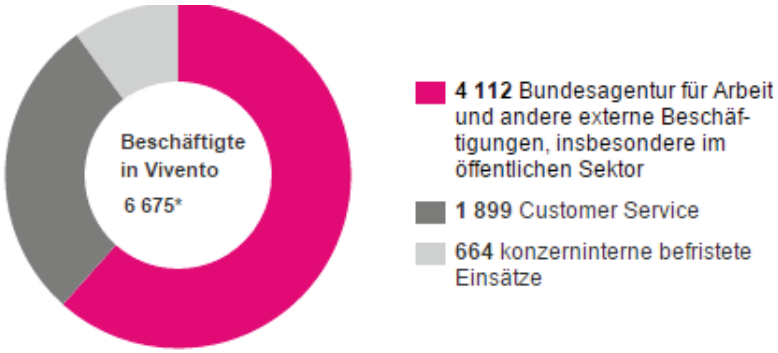
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Aktive Beamte	29 188	25 570	23 516	21 958	20 523	19 881
In sich beurlaubte Beamte (ISB)*	6 597	1 678	1 537	1 430	1 412	1 340
Beamte in Beteiligungsgesellschaften (BTG)	13 267	16 729	15 774	14 836	14 179	13 260
Summe Beamte	**49 052**	**43 977**	**40 828**	**38 224**	**36 114**	**34 482**
Arbeitnehmer Deutschland	78 435	79 197	80 736	80 616	80 529	80 267
Summe Beschäftigte Deutschland	**127 487**	**123 174**	**121 564**	**118 840**	**116 643**	**114 749**
Beamtenanteil Deutschland (in %)	38,5	35,7	33,6	32,2	30,96	30,05

* Beamte, deren Beamtenverhältnis ruht. Sie sind vorübergehend in ein Angestelltenverhältnis gewechselt.

MITARBEITER VIVENTO

Die Beschäftigtenzahl von Vivento ist mit 6675 gegenüber dem Vorjahreswert von 6 964 leicht zurück gegangen. Insgesamt konnten 866 Mitarbeiter eine neue Beschäftigung finden.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur Zahl der Mitarbeiter bei Vivento den GRI-Indikator G4-LA1 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.



Stammkräfte und Betreuungspersonal: **568**
Anzahl der Mitarbeiter, die 2014 über Vivento eine neue Beschäftigung gefunden haben: **866**
Zugänge Mitarbeiter zu Vivento seit Gründung: **52 598**
Vivento verlassen seit Gründung: **44 664**
* Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauer Detailangaben. Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen.

INSTRUMENTE ZUM SOZIALVERTRÄGLICHEN PERSONALABBAU KONZERN DT IN DEUTSCHLAND

2014 haben wir unsere Anstrengungen für einen sozialverträglichen Personalumbau fortgesetzt. Dabei nutzten wir weltweit bewährte Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden aus dem Unternehmen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 6 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

	2010	2011	2012	2013	2014
Vorruhestand Beamte	3 947	2 564	2 266	1 618	927
Vorruhestand Arbeitnehmer	121	0	3	27	27
Abfindungen	2 227	709	955	1 316	826
Altersteilzeit (Beginn Ruhephase)	846	959	1 417	711	332
Weitere sozialverträgliche Instrumente	782	163	120	241	471

FLUKTUATIONSQUOTE

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur Fluktuationsquote den GRI-Indikator G4-LA1 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.

	2012	2013	2014
Deutschland	1,95%	1,82%	1,42%
International*	**	7,63%	8,57%
Konzern (gesamt)*		4,17%	4,21%

* ohne USA
** Die Fluktuationswerte des Systemgeschäfts wurden im Jahr 2012 noch nicht vollständig erhoben.

TOTAL WORKFORCE COSTS

In Mrd. €

	2010	2011	2012	2013	2014
TWC[1]	17	15,6	15,5	15,3	15,4
davon Deutschland	10,2	9,6	9,4	9,3	9,2
IWC[2] (PA[3] bereinigt)	8,5	8,3	8,3	8,5	8,5
EWC[4] Leih- und Zeitarbeiter	0,1	0,1	0,1	0,1	0,05
EWC[4] Freelancer und Berater	1,6	1,1	1,0	0,8	0,7
davon international	6,8	6,1	6	6	6,1
IWC[2] (PA[3] bereinigt)	5,5	5,3	5,2	5,2	5,3
EWC[4] Leih- und Zeitarbeiter	0,2	0,3	0,3	0,2	0,3
EWC[4] Freelancer und Berater	1,1	0,6	0,6	0,6	0,6

[1] Total Workforce Cost: External Workforce Cost + um Sondereinflüsse bereinigter Personalaufwand
[2] Internal Workforce Cost
[3] Personalaufwand
[4] External Workforce Cost: Kosten Leih- und Zeitarbeit + Kosten für Freelancer und Berater

TOTAL WORKFORCE QUOTE

In Mrd. €

	PA[1] bereinigt	EWC[2]	TWC[3]	Umsatz*	TWQ[4] bereinigt 2014	TWQ[4] bereinigt 2013	TWQ[4] bereinigt 2012
Deutschland	8,5	0,8	9,2	25,7	35,9%	35,4%	35,3%
International	5,2	0,8	6,1	36,9	16,6%	17,7%	19,2%
Konzern (gesamt)	13,8	1,6	15,4	62,7	24,6%	25,5%	26,6%

[1] Personalaufwand
[2] External Workforce Cost: Kosten Leih- und Zeitarbeit + Kosten für Freelancer und Berater
[3] Total Workforce Cost: External Workforce Cost + um Sondereinflüsse bereinigter Personalaufwand
[4] Total Workforce Quote = TWC/Umsatz

* Die Zuordnung des Umsatzes zur Bildung der Quoten erfolgt aus HR-Sicht und damit nach Standort der Mitarbeiter (FTE). Im Geschäftsbericht wird Umsatz entsprechend des Landes zugeordnet, in dem der Umsatz generiert wurde.

IDEENMANAGEMENT

GENIAL@TELEKOM. IDEENMANAGEMENT

Im Jahr 2014 wurden über die Ideenplattform genial@telekom 13 231 Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitern eingereicht. Die damit erzielten Einsparungen beliefen sich auf 84 Millionen Euro. Zudem wurden im Berichtszeitraum 196 Patente angemeldet.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch das Ideenmanagement genial@telekom wird die Beteiligung der Mitarbeiter gefördert, die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

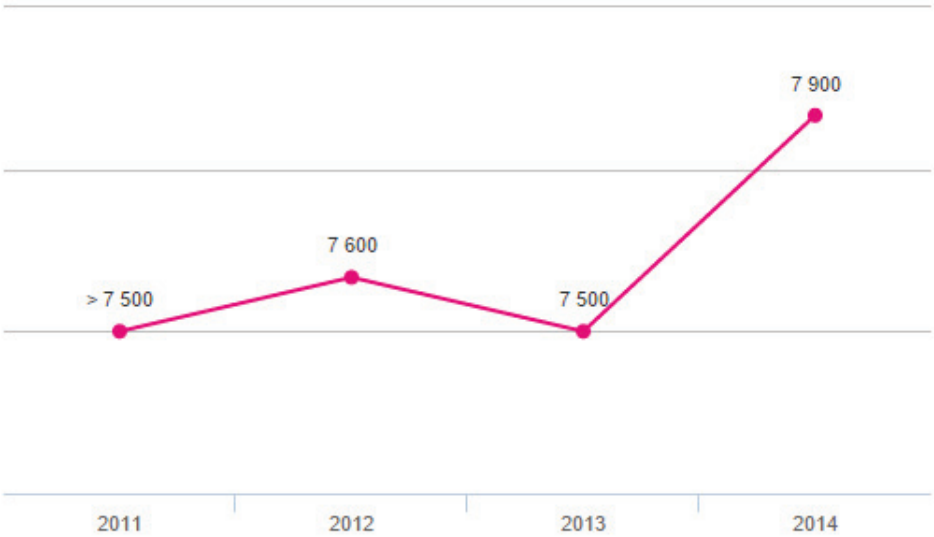
	2010	2011	2012	2013	2014
Ideen eingereicht	10 498	10 831	13 043	12 146	13 231
Einsparungen in Mio. €	136	116	104	83	107

BESTAND AN SCHUTZRECHTEN

Im Berichtszeitraum wurden 196 Patente angemeldet.Der Bestand an Schutzrechten lag Ende 2014 bei ca. 7 900 und damit unterhalb des Vorjahreswertes. Gezielt managen wir diese Schutzrechte unter Kosten-Nutzen-Aspekten.Der Bestand wird regelmäßig überprüft und um nicht mehr relevante Schutzrechte bereinigt.

Die Bedeutung von Patenten in der Telekommunikationsbranche wächst beständig. Akteure und Aktionsfelder ändern sich und beeinflussen unsere IPR-Agenda (IPR – Intellectual Property Rights; Rechte am geistigen Eigentum). Dabei gilt es einerseits, die Handlungsfreiheit unseres Konzerns zu erhalten. Andererseits wollen wir neben eigener Forschung und Entwicklung durch Kooperationen und Partnerschaften den Weg zu „Open Innovation“ öffnen. Dafür sind Schutzrechte – national wie international – außerordentlich bedeutend. Wir widmen uns intensiv der Generierung eigener Rechte. Zu den Gesamtschutzrechten zählen Erfindungen, Patentanmeldungen, Patente, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards
Durch die Angabe werden die EFFAS-Kennzahlen V04-05 (Anzahl der während der letzten 12 Monate angemeldeten Patente) und V04-06 (prozentualer Anteil der in den letzten 12 Monaten angemeldeten Patente am Gesamtbestand von Patenten) teilweise abgedeckt.



IMPRESSUM

Adresse:
Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn

Amtsgericht Bonn: HRB 6794,
Sitz der Gesellschaft: Bonn
USt-IdNr.: DE 123475223
E-Mail: info [at] telekom.de

Administrative Anfragen: impressum [at] telekom.de
Telefon: 0228/ 181-0

Kontakt:
Bei Fragen zum Unternehmen oder zu Produkten und Dienstleistungen unserer Geschäftsbereiche, nutzen Sie bitte unsere Kontaktformulare.

Vertretungsberechtigt:
Timotheus Höttges
Reinhard Clemens
Niek Jan van Damme
Thomas Dannenfeldt
Dr. Christian P. Illek
Dr. Thomas Kremer
Claudia Nemat

Aufsichtsbehörde:
Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen
Tulpenfeld 4, 53113 Bonn

Verantwortlich:
Deutsche Telekom AG
Birgit Klesper
Senior Vice President Group Transformational Change & Corporate Responsibility
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn

Weitere Informationen zum CR-Engagement der Telekom erhalten Sie unter:
www.telekom.com/verantwortung
http://www.telekom.com/verantwortung/news/122900

sowie unter:

http://www.geschaeftsbericht.telekom.com
https://www.telekom.com/static/-/264338/8/datenschutzbericht-2014-si

Konzept/Redaktion/Gestaltung/Programmierung:
Deutsche Telekom AG
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg
1000°DIGITAL GmbH, Leipzig

Fotos:
Frank Bauer
Jürgen Schwarz
iStock.
Photocase
Pictureworld, Deutsche Telekom
Shutterstock

Der CR-Bericht 2014 liegt in deutscher und in englischer Sprache vor. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Deutsche Telekom AG übernimmt keine Garantie dafür, dass die auf dieser Website bereitgestellten Informationen vollständig, richtig und in jedem Fall aktuell sind. Dies gilt auch für alle Webseiten, auf die durch einen Link verwiesen wird. Die Deutsche Telekom AG ist für den Inhalt einer Seite, die mit einem solchen Link erreicht wird, nicht verantwortlich. Die Deutsche Telekom AG behält sich das Recht vor, ohne vorherige Ankündigung Änderungen oder Ergänzungen der bereitgestellten Informationen vorzunehmen oder diese zu entfernen.

Die Informationen auf dieser Website stellen weder ein Verkaufsangebot dar noch werben sie für den Kauf von Wertpapieren und sollten nicht Grundlage für eine Anlageentscheidung sein. Auf keinen Fall haftet die Deutsche Telekom für Schäden, die durch fehlende Nutzungsmöglichkeiten oder Datenverluste im Zusammenhang mit der Nutzung von Dokumenten oder Informationen bzw. der Erbringung von Dienstleistungen entstehen, die auf dieser Website zugänglich sind.

Abgesehen von vergangenheitsbezogenen Angaben sind die auf dieser Website einzusehenden Unterlagen und Dokumente so genannte "Forward-Looking Statements" (Aussagen auf der Grundlage von Erwartungen). Diese Aussagen sind abhängig von Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren, auf die die Deutsche Telekom AG vielfach keinen Einfluss hat und die zu erheblichen Abweichungen der tatsächlichen Ergebnisse von diesen Aussagen führen können. Diese Risiken und Unsicherheiten sowie sonstigen Faktoren sind in den Finanzberichten, die auf der Website der Deutschen Telekom zur Verfügung stehen, ausführlich beschrieben. Dem Besucher dieser Website wird empfohlen, diese auf Erwartungen beruhenden Aussagen nicht überzubewerten. Die Deutsche Telekom hat weder die Absicht noch eine Verpflichtung, derartige Aussagen zu revidieren oder zu aktualisieren, sei es infolge neuer Erkenntnisse, künftiger Ereignisse oder sonstiger Einflussfaktoren.

CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2014

GRI-INDEX

GLOBAL COMPACT FORTSCHRITTSBERICHT

ERLEBEN, WAS VERBINDET.

ALLGEMEINE STANDARDANGABEN

Indikator Verweis Geprüft

STRATEGIE UND ANALYSE

G4-1 Vorstandserklärung

› Über diesen Bericht > Vorwort

G4-2 Auswirkungen, Risiken und Chancen

› Strategie & Management > Risiko- und Chancenmanagement
› Strategie & Management > CR-Programm

ORGANISATIONSPROFIL

G4-3 Name der Organisation

› Über diesen Bericht > Konzernporträt

G4-4 Wichtigste Marken, Produkte, Dienstleistungen

› Über diesen Bericht > Konzernporträt

G4-5 Hauptsitz

› Impressum

G4-6 Länder der Geschäftstätigkeit

↗ www.telekom.com/weltweit

G4-7 Eigentumsstruktur und rechtliche Form

↗ Konzernprofil

G4-8 Bediente Märkte

↗ www.telekom.com/weltweit
› Über diesen Bericht > Konzernporträt > Konzernstruktur und operative Segmente
↗ Geschäftsbericht

G4-9 Größe der Organisation

› Über diesen Bericht > Konzernporträt > Das Geschäftsjahr 2014

Geschäftsbericht 2014: Finanzbericht [http://www.geschaeftsbericht.telekom.com/site0215/de/]

G4-10 Gesamtbelegschaft

› Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiter in Teilzeit Deutsche Telekom Konzern in Deutschland
› Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiter in Teilzeit Deutsche Telekom Konzern

Indikator Verweis Geprüft

Die Unterscheidung der Beschäftigten nach Arbeitsvertrag liegt noch nicht vor, wird aber für die Zukunft anvisiert. Eine Aufgliederung der Gesamtbelegschaft nach Angestellten und weisungsgebundenem Personal wurde nicht vorgenommen. Der Aufwand für die Erhebung wäre in Bezug zur Aussagekraft unverhältnismäßig hoch.

G4-11 Mitarbeiter unter Kollektivvereinbarungen

Im Jahr 2014 waren 57% aller Mitarbeiter weltweit und 68% der Mitarbeiter in Deutschland von Kollektivvereinbarungen erfasst.

G4-12 Lieferkette

› Lieferanten > Lieferantenmanagement

G4-13 Wesentliche Änderungen hinsichtlich Größe, Struktur und Eigentumsverhältnissen

Alle Veränderungen in unserer Lieferkette mit über 30 000 Lieferanten, wie zum Beispiel Standortwechsel von Lieferanten, erfassen wir nicht zentral. Im Berichtszeitraum wurde keine unserer Geschäftsbeziehungen zu Lieferanten aufgrund von Verstößen gegen unsere Nachhaltigkeitsanforderungen beendet.

G4-14 Berücksichtigung des Vorsorgeprinzips

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

› Strategie & Management > Risiko- und Chancenmanagement
› Strategie & Management > Compliance
› Strategie & Management > Finanzen

G4-15 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen

› Über diesen Bericht > Global Compact Fortschrittsbericht
› Über diesen Bericht > Deutscher Nachhaltigkeitskodex
› Strategie & Management > Werte & Leitlinien
› Strategie & Management > Werte & Leitlinien > Bekenntnis zum Leitbild der deutschen Wirtschaft
› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung > Übersicht Mitgliedschaften & Kooperationen

Indikator Verweis Geprüft

G4-16 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessensvertretungen

> Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung > Übersicht Mitgliedschaften und Kooperationen

Eine Aufschlüsselung der Mitgliedschaften und Kooperationen nach strategischen Beteiligungen ist aus Gründen der Vertraulichkeit nicht möglich. Für die Mitarbeit in Gremien und Verbänden gelten unsere Grundsätze der politischen Interessensvertretung.

> Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Politische Interessensvertretung

Eine Aufschlüsselung der Tabelle nach Gremien in denen die Deutsche Telekom eine Führungsposition innehat wird im nächsten Jahr erfolgen.

ERMITTELTE WESENTLICHE ASPEKTE UND GRENZEN

G4-17 Unternehmensstruktur

> www.telekom.com/weltweit

Standorte und Beteiligungen im Überblick
Zentrale des Konzerns: Bonn, Deutschland

Land	Beteiligung	Anteil (direkt/indirect) Deutsche Telekom
Albanien	AMC (Albanian Mobile Communications Sh.a)	99,79 % der Anteile liegen bei OTE
Belgien	T-Systems Belgium NV	100,00 %
Bosnien	T-Systems d.o.o.	100,00%
Bulgarien	Novatel EOOD	100,00 %
	T-Systems Bulgaria EOOD (03.01.11)	100,00 %
Dänemark	T-Systems Nordic TC A/S	100,00%
Deutschland	Zentrale des Konzerns	100,00 %
EJR Mazedonien	Makedonski Telekom AD	51,00 % der Anteile liegen bei Magyar Telekom
	T-Mobile Macedonia AD	100,00 % der Anteile liegen bei Makedonski Telekom
Frankreich	T-Systems France SAS	100,00 %
Griechenland	OTE (Hellenic Telecommunications Organization S.A.)	40,00 %
	Cosmote (Cosmote Mobile Telecommunications S.A.)	100,00 % der Anteile liegen bei OTE
	T-Systems Information and Communication Technology E.P.E.	100,00 %
Großbritannien	Everything Everywhere Limited	50,00 %
	T-Systems Limited	100,00 %
	Deutsche Telekom (UK) Ltd	100,00 %
Italien	T-Systems Spring Italia srl	100,00 %
Kroatien	Hrvatski Telekom d.-d.	51,00 %
Luxemburg	T-Systems Luxembourg S.A.	100,00 %
Montenegro	Crnogorski Telekom A.D.	76,53 %
Niederlande	T-Mobile Netherlands B.V.	100,00 %
	T-Systems Nederland B.V.	100,00 %
Österreich	T-Mobile Austria GmbH	100,00 %
	Software Daten Service Gesellschaft m.b.H.	100,00 %
	T-Systems Austria GesmbH	100,00 %
Polen	T-Mobile Polska S.A.	100,00 %
	T-Systems Polska Sp.z o.o.	100,00 %
Rumänien	Combridge S.R.L.	100,00 % der Anteile liegen bei Magyar Telekom
	Telekom Romania Mobile Communications S.A	70,00 % der Anteile liegen bei Cosmote
	Telekom Romania Communications S.A.	54,01 %
	T-Systems ICT Romania S.R.L.	100,00 %
Russland	T-Systems CIS	100,00 %
Schweiz	T-Systems Schweiz AG	100,00 %
Slowakei	Slovak Telekom, a.s.	51,00 %
	T-Systems Slovakia s.r.o.	100,00 %
Slowenien	T-Systems, informacijski sistemi, d.o.o.	100,00 %
Spanien	T-Systems ITC Iberia, S.A.	100,00 %
Tschechien	T-Mobile Czech Republic, a.s.	100,00 %
	T-Systems Czech Republic, a.s.	100,00 %
Türkei	T-Systems Telekomünikasyon Limited Sirketi	100,00 %
Ukraine	Novatel Ukraine LLC.	100,00 % der Anteile liegen bei Magyar Telekom
	TOB T-Systems Ukraine	100,00 %

Indikator Verweis Geprüft

Land	Beteiligung	Anteil (direkt/indirect) Deutsche Telekom
Ungarn	Magyar Telekom Nyrt.	59,30 %
	IT Services Hungary Szolgáltató Kft.	100,00 %
Kanada	T-Systems Canada, Inc.	100,00 %
Mexiko	T-Systems Mexico S.A. de C.V.	100,00 %
USA	T-Mobile USA, Inc.	67,00 %
	T-Systems North America, Inc.	100,00 %
Argentinien	T-Systems Argentina S.A.	100,00 %
Brasilien	T-Systems do Brasil Ltda.	100,00 %
Indien	T-Systems Information and Communication Technology India Private Limited	100,00 %
Japan	T-Systems Japan K.K.	100,00 %
Malaysia	T-Systems Malaysia Sdn. Bhd.	100,00 %
Singapur	T-Systems Singapore Pte. Ltd.	100,00 %
Volksrepublik China	T-Systems P.R. China Ltd.	100,00 %
Südafrika	T-Systems South Africa (Pty) Limited	70,00 %

G4-18 Bestimmung der Berichtsinhalte ✓

› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Ergebnisse des Materiality-Prozesses
› Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung

G4-19 Wesentliche Aspekte ✓

Unser mehrstufiger Wesentlichkeitsprozess [> Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Ergebnisse des Materiality Prozesses] dient dem Ziel, die für unser Nachhaltigkeitsmanagement relevanten Themen zu identifizieren. Eine Aufstellung über die Ergebnisse finden Sie jeweils in den Matrizen auf den Kapiteleinstiegsseiten sowie in der Darstellung des Indikators G4-20 [Link zu G4-20]. Um die strategische Verwertbarkeit der Ergebnisse weiter zu schärfen, haben wir aus den als relevant identifizierten Aspekten, zehn „Top-Themen“ herausgestellt:

- Konzernweiter Klimaschutz
- Kunden Nachhaltigkeit ermöglichen („enabling“)
- Nachhaltigkeit in der Lieferkette
- Teilhabe an der digitalen Gesellschaft („digital inclusion“)
- Achtung der Menschenrechte
- Datenschutz- und Datensicherheit

Indikator Verweis Geprüft

- Verantwortlicher Netzausbau
- Kundenzufriedenheit
- Vielfalt, Gesundheit und andere Personalthemen
- Abfall und Recycling

Die Inhalte dieser Themen haben wir außerdem einer externen Prüfung unterzogen, was im Bericht jeweils mit einem Prüfhäkchen kenntlich gemacht ist.

G4-20 Wesentliche Aspekte innerhalb der Organisation ✓

Im Zuge der Wesentlichkeitsanalyse wurden die für die Telekom relevanten Themen festgelegt. Diesen Themen liegen ökologische, soziale und wirtschaftliche Auswirkungen zugrunde, die sowohl innerhalb als auch außerhalb unseres Unternehmens entstehen. Der CR-Bericht deckt beide Dimensionen ab. In der nachfolgenden Tabelle ist gekennzeichnet, ob die Auswirkungen hauptsächlich in unserem Unternehmen, der Lieferkette, bei Kunden oder im gesellschaftlichen Umfeld entstehen.

› Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung

Wirtschaftlich	**Auswirkungen / Abgrenzung der Aspekte**
Wirtschaftliche Leistung	Lieferkette, Konzern, Kunden, Gesellschaft
Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	Gesellschaft
Beschaffung	Lieferkette, Konzern
Ökologisch	**Auswirkungen / Abgrenzung der Aspekte**
Energie	Lieferkette, Konzern, Kunden
Emissionen	Lieferkette, Konzern, Kunden, Gesellschaft
Abwasser und Abfall	Konzern, Kunden, Gesellschaft
Produkte und Dienstleistungen	Kunden
Compliance	Konzern
Transport	Lieferkette, Konzern
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte	Lieferkette (direkte und nachgelagerte Lieferanten)
Gesellschaftlich	**Auswirkungen / Abgrenzung der Aspekte**
Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung	
Beschäftigung	Konzern
Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis	Konzern
Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz	Konzern
Aus- und Weiterbildung	Konzern
Vielfalt und Chancengleichheit	Konzern

Indikator	Verweis	Geprüft
Gleicher Lohn für Frauen und Männer	Konzern	
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Arbeitspraktiken	Lieferkette (direkte und nachgelagerte Lieferanten)	
Beschwerdeverfahren hinsichtlich Arbeitspraktiken	Konzern	
Menschenrechte	**Auswirkungen / Abgrenzung der Aspekte**	
Investitionen		
Gleichbehandlung	Lieferkette, Konzern	
Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen	Lieferkette, Konzern	
Kinderarbeit	Lieferkette	
Zwangs- oder Pflichtarbeit	Lieferkette	
Prüfung	Lieferkette, Konzern	
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich Menschenrechten	Lieferkette (direkte und nachgelagerte Lieferanten)	
Beschwerdeverfahren hinsichtlich Menschenrechten	Lieferkette, Konzern	
Gesellschaft	**Auswirkungen / Abgrenzung der Aspekte**	
Korruptionsbekämpfung	Lieferkette, Konzern, Kunden	
Politik	Konzern, Gesellschaft	
Wettbewerbswidriges Verhalten		
Compliance	Konzern	
Bewertung der Lieferanten hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen	Lieferkette (direkte und nachgelagerte Lieferanten)	
Produktverantwortung	**Auswirkungen / Abgrenzung der Aspekte**	
Kundengesundheit und -sicherheit	Konzern, Kunden	
Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen	Konzern, Kunden	
Werbung	Konzern, Kunden	
Schutz der Privatsphäre des Kunden	Konzern, Kunden	
Compliance	Konzern	

G4-21 Wesentliche Aspekte außerhalb der Organisation ✓

Siehe G4-20

G4-22 Erläuterung neuer Darstellungen von Informationen

Im CR-Bericht 2014 haben wir die Angaben zur Zahl unserer Lieferanten von „über 20 000“ im Vorjahr auf „über 30 000“ nach oben korrigiert. Beide Zahlen beruhen auf groben Schätzungen und dienen dazu, die ungefähren Dimensionen unseres Lieferantenmanagements zu verdeutlichen. Im Vorjahr handelte es sich um einen vorsichtigen Schätzwert, den wir im jetzigen Bericht auf Basis aktueller Entwicklungen angepasst haben.

G4-23 Erläuterung veränderter Berichtsparameter

Die Berichtsgrenzen werden gemäß der neuen G4-Richtlinien dargestellt (siehe G4-20 und G4-21).

EINBINDUNG VON STAKEHOLDERN

G4-24 Einbezogene Stakeholdergruppen ✓

- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Ergebnisse des Materiality-Prozesses
- Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung

G4-25 Bestimmung der Stakeholdergruppen ✓

- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Ergebnisse des Materiality-Prozesses
- Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung

G4-26 Ansätze für Einbezug von Stakeholdern

- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung > Übersicht Mitgliedschaften und Kooperationen

Nicht alle Informationen aus unseren Stakeholder-Kooperationen sind für die Öffentlichkeit bestimmt. Deshalb nennen wir an dieser Stelle nur einige Beispiele für die Zusammenarbeit mit unseren Anspruchsgruppen.

An alle Stakeholder der Telekom richten wir uns mit unserer jährlichen Materiality-Umfrage sowie dem vierteljährlich erscheinenden App-Magazin „We Care“. Auch über unseren CR-Bericht bieten wir ihnen eine Möglichkeit, mit uns in Kontakt zu treten. Unsere Mitarbeiter binden wir unter anderem alle zwei Monate per CR-Newsletter in unsere CR-Aktivitäten ein.

Für alle Festnetz- und Mobilfunk-Kunden in Deutschland sind wir rund um die Uhr kostenlos erreichbar. Ihre Anfragen oder Beanstandungen werten wir systematisch aus, um tiefere Ursachen zu erkennen und Verbesserungen einzuleiten. Zudem binden wir unsere Kunden unter anderem über Kampagnen zur Handyrückgabe kontinuierlich in unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten ein.

Die Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten gestalten wir ebenfalls mit diversen Instrumenten. Hierzu gehören der in 2014 zwei Mal durchgeführte Sustainable Procurement Dialog Day sowie fortlaufende Audits und Schulungen.

Auch mit Investoren, tauschen wir uns durch vielfältige Maßnahmen über unser Nachhaltigkeitsengagement aus: In jährlichem Abstand veranstalten wir SRI-Roadshows mit Beteiligung unserer CR-Experten sowie seit 2014 auch ein SRI-Webinar für Finanzmarktakteure. Fortlaufend beantworten wir außerdem die Informationsanfragen von Analysten aus diesem Segment.

Wir stehen weiterhin in engem Austausch und kooperieren mit diversen NGOs. Hierzu veranstalten wir laufend gemeinsame Arbeitstreffen und jährliche Evaluations- beziehungsweise Planungsrunden. Einmal jährlich richten wir zudem unseren Stakeholder Dialog Day aus, zu dem wir Vertreter vieler NGOs einladen. Ferner wirken wir an vielen Gremien mit NGO-Beteiligung mit.

Indikator Verweis Geprüft

- Strategie und Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung

G4-27 Fragen und Bedenken der Stakeholder

- Strategie & Management > Ergebnisse des Materiality-Prozesses
- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Formate der Einbeziehung

BERICHTSPROFIL

G4-28 Berichtszeitraum

- Über diesen Bericht > Über diesen Bericht

G4-29 Veröffentlichung des letzten Berichts

- Über diesen Bericht > Über diesen Bericht

G4-30 Berichtszyklus

- Über diesen Bericht > Über diesen Bericht

G4-31 Ansprechpartner

- Über diesen Bericht > Über diesen Bericht

G4-32 "In Übereinstimmung"-Option im GRI-Index

- Über diesen Bericht > GRI-Index

G4-33 Externe Prüfung des Berichts

- Über diesen Bericht > GRI-Index

UNTERNEHMENSFÜHRUNG

G4-34 Struktur der Unternehmensführung

- Über diesen Bericht
- Strategie & Management > CR Governance > Aktuelle Organisationsstruktur

G4-35 Delegation von Verantwortung für Nachhaltigkeitsentwicklungen

- Strategie & Management > CR-Governance > Aktuelle Organisationsstruktur

G4-36 Zuständigkeiten für Nachhaltigkeitsentwicklungen

- Strategie & Management > CR-Governance > Aktuelle Organisationsstruktur

G4-40 Auswahlverfahren für höchstes Kontrollorgan und Komitee

Im Auswahlprozess werden alle Kompetenzen berücksichtigt, die für die Ausübung der Position erforderlich und dienlich sind. Die Anforderungen an eine Position werden anhand einer Skillliste definiert.

Der Auswahlprozess findet im Aufsichtsrat statt in dem die Interessen der Stake- und Shareholder vertreten sind.

G4-49 Mitteilungsverfahren kritischer Anliegen an Kontrollorgan

Indikator Verweis Geprüft

Im Rahmen unserer jährlichen Hauptversammlung haben alle unsere Aktionäre die Möglichkeit, kritische Anliegen an den Vorstand heranzutragen. Diese können im Vorfeld schriftlich gestellt oder vor Ort eingereicht werden. Im Sinne des Auskunftsrechts hat jeder Aktionär Anspruch auf wahrheitsgemäße Auskunft von unserem Vorstand. Im Jahr 2014 wurden rund 100 Anliegen eingereicht und beantwortet.

ETHIK UND INTEGRITÄT

G4-56 Werte, Grundsätze und Verhaltensstandards

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien

G4-57 Interne und Externe Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten

- Strategie & Management > Compliance > Managementansatz

G4-58 Verfahren zur Meldung von Bedenken in Bezug auf ethisch nicht vertretbares oder rechtswidriges Verhalten

- Strategie & Management > Compliance > Managementansatz

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

KATEGORIE: WIRTSCHAFTLICH

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT: WIRTSCHAFTLICHE LEISTUNG

G4-DMA Managementansatz

↗ Geschäftsbericht > Konzernstrategie

G4-EC1 Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert

› Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Finanzielle Kennzahlen > Nettowertschöpfung

G4-EC3 Betriebliche Altersvorsorge

› Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity & Altersvorsorge > Betriebliche Altersvorsorge.

ASPEKT: INDIREKTE WIRTSCHAFTLICHE AUSWIRKUNGEN

G4-DMA Managementansatz

› Netze > Netz- und Infrastrukturausbau > Managementansatz
› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Politische Interessensvertretung

G4-EC7 Entwicklung und Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen und geförderten Dienstleistungen ✓

› Netze > Netz- und Infrastrukturausbau

ASPEKT: BESCHAFFUNG

G4-DMA Managementansatz

› Lieferanten > Stratgie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
› Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
› Lieferanten > Ressourcenknappheit und Rohstoffgewinnung > Managementansatz

G4-EC9 Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten

Als ICT-Unternehmen ist die Telekom auf Zulieferer weltweit angewiesen. Daher gelten keine konzernweiten Richtlinien zur Bevorzugung örtlicher Zulieferer an Standorten.

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

KATEGORIE: ÖKOLOGISCH

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT: ENERGIE

G4-DMA Managementansatz ✓

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Nachhaltigkeitsbezug
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz > Managementansatz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffiziente Gebäude > Managementansatz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz > Code of Conduct Data Center Award 2014 gewonnen

G4-EN3 Energieverbrauch innerhalb der Organisation ✓

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamt-Energieverbrauch

Der Energieverbrauch innerhalb der Organisation betrifft bei der Deutschen Telekom hauptsächlich den Eigenverbrauch von elektrischem Strom, Fernwärme, fossilen Brennstoffen und Kraftstoffen des Fuhrparks. Der Weiterverkauf von Energie ist mengenmäßig nicht wesentlich für die Telekom und in den Angaben zum Energie- und Kraftstoffverbrauch generell nicht enthalten.

G4-EN5 Energieintensität ✓

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > ESG KPI „Energieverbrauch“

ASPEKT: EMISSIONEN

G4-DMA Managementansatz ✓

- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Nachhaltigkeitsbezug
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Managementansatz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Erfassung von Scope-3-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette

G4-EN15 direkte THG-Emissionen (Scope 1) ✓

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > ESG KPI „CO_2-Emissionen“
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > CO_2-Emissionen Gesamt (Scope 1 & 2 Emissionen)

G4-EN16 indirekte THG-Emissionen (Scope 2) ✓

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > ESG KPI „CO_2-Emissionen“
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > CO_2-Emissionen Gesamt (Scope 1 & 2 Emissionen)

G4-EN17 weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)

Indikator Verweis Geprüft

- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Erfassung von Scope-3-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > ESG KPI „CO_2-Emissionen“
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > CO_2-Emissionen aus Geschäftsreisen (Scope 3 Emissionen)

ASPEKT: ABWASSER UND ABFALL

G4-DMA Managementansatz ✓

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Nachhaltigkeitsbezug
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Managementansatz
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Abfallvermeidung und Recycling

G4-EN23 Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode ✓

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy-Rücknahme und Abfallaufkommen > Abfallaufkommen

Die aus ihrer Geschäftstätigkeit heraus wesentlichen Abfälle adressiert die Telekom im konzernweiten Rahmen für das Abfallmanagement (Recycling von Kupfer) und über den CR KPI „Handy-Rücknahme“ (gesammelte und wiederverwertete Mobiltelefone). Eine darüber hinausgehende Datenerfassung der Entsorgungsmethode ist komplex und steht in keinem angemessenen Verhältnis zum damit gewonnenen Nutzen.

ASPEKT: PRODUKTE UND DIENSTLEISTUNGEN

G4-DMA Managementansatz ✓

- Kunden > Nachhaltige Produkte > Managementansatz Nachhaltige Produkte

G4-EN27 Umfang der Maßnahmen zur Verringerung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen

- Kunden > Nachhaltige Produkte > Nachhaltige ICT-Lösungen > Maßnahmen zur Handyrückgabe
- Kunden > Nachhaltige Produkte > Nachhaltige ICT-Lösungen > Mieten statt Kaufen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handyrücknahme und Abfallaufkommen > ESG KPI „Handy-Rücknahme“ Deutsche Telekom Konzern (neu)
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handyrücknahme und Abfallaufkommen > ESG KPI „Handy-Rücknahme“ Deutsche Telekom AG in Deutschland (neu)

Indikator Verweis Geprüft

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handyrücknahme und Abfallaufkommen > ESG KPI „Handy-Rücknahme“ Deutsche Telekom AG in Deutschland (alt)
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten > Elektronische Kundenrechnungen

ASPEKT: COMPLIANCE

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Compliance > Managementansatz

G4-EN29 Bußgelder wegen nicht eingehaltener Umweltschutz-Richtlinien oder -Gesetze

- Strategie & Management > Compliance > Wesentliche laufende Rechtsverfahren

ASPEKT: TRANSPORT

G4-DMA Managementansatz

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Klimaschonende Mobilität > Nachhaltigkeitsbezug
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Klimaschonende Mobilität > Managementansatz

G4-EN30 Umweltauswirkungen des Transports

- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Klimaschonende Mobilität > Die umweltfreundliche Alternative zum Auto
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Erfassung von Scope-3-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Mobilität > Anzahl Fahrzeuge
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Mobilität > Fahrleistung
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Mobilität > Kraftstoffverbrauch

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ÖKOLOGISCHER ASPEKTE

G4-DMA Managementansatz ✓

- Lieferanten > Stratgie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014
- Lieferanten > Ressourcenknappheit und Rohstoffgewinnung > Managementansatz

G4-EN32 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von ökologischen Kriterien überprüft wurden

Der Prozentsatz neuer Lieferanten, die nach nachhaltigkeitsrelevanten Kriterien (z. B. durch Selbstauskunft, Ecovadis-Plattform oder Social Audits) überprüft wurden, ist derzeit noch nicht verfügbar. Eine entsprechende Erfassung ist nach konzernweiter Einführung des Lieferantenportals möglich, die voraussichtlich Ende 2016 abgeschlossen sein wird. Grundvoraussetzung jeder Lieferantenbeziehung ist die Präqualifizierung, die unter anderem 16 nachhaltigkeitsrelevante Fragen abdeckt.

Indikator Verweis Geprüft

G4-EN33 erhebliche tatsächliche und potenzielle negative ökologische Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen ✓

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

Bei mindesten 34 von 45 auditierten Lieferanten wurden Verbesserungsmaßnahmen hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Menschenrechten oder Umweltschutz aufgesetzt.

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH
UNTERKATEGORIE: ARBEITSPRAKTIKEN UND MENSCHENWÜRDIGE BESCHÄFTIGUNG

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT: BESCHÄFTIGUNG

G4-DMA Managementansatz

- Beschäftigte > Zukunftsweisende Arbeitswelt > Personalstrategie
- Beschäftigte > Verantwortungsvoller Arbeitgeber > Managementansatz
- Beschäftigte > Vielfalt & Chancengleichheit > Managementansatz

G4-LA1 Neueinstellungen und Fluktuation

- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterzahlen > Entwicklung der Mitarbeiterzahl weltweit
- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterzahlen > Fluktuationsquote
- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterzahlen > Anteil Beamte Konzernbelegschaft
- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterzahlen > Mitarbeiter Vivento

Im Rahmen des jährlichen Strukturberichts werden die Eintritte in den Ruhestand – und damit eine wichtige Komponente der natürlichen Fluktuation – nicht erfasst. Eine Aufgliederung der natürlichen Fluktuation nach Geschlecht und Alter ist daher nicht möglich. Der Aufwand einer genaueren Datenerfassung steht in keinem angemessenen Verhältnis zum Nutzen.

ASPEKT: ARBEITGEBER-ARBEITNEHMER-VERHÄLTNIS

G4-DMA Managementansatz

- Beschäftigte > Verantwortungsvoller Arbeitgeber > Managementansatz

G4-LA4 Ankündigungsfristen für operative Veränderungen

Dieser Indikator ist auf die Telekom als weltweiter Konzern nicht anwendbar, da die Erhebung aller länderspezifischen Regelungen zu aufwendig und nicht im Verhältnis zum damit erzielten Nutzen steht. Bei wesentlichen betrieblichen Veränderungen werden die Betriebsratsgremien gemäß geltenden Rechtsnormen, wie zum Beispiel dem Betriebsverfassungsgesetz, informiert und entsprechend eingebunden. Daneben findet auch ein regelmäßiger Austausch mit Arbeitnehmervertretungen auf nationaler und europäischer Ebene statt.

ASPEKT; ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEITSSCHUTZ

G4-DMA Managementansatz

- Beschäftigte > Gesundheit und Sicherheit > Managementansatz

Wenn Beschäftigte oder deren Familienangehörige in Not geraten, sei es durch schwere Erkrankung oder andere Gründe, unterstützt die Telekom mit bestimmten Programmen. Hier einige Beispiele:

- Individualberatung durch psychosoziale Experten der Mitarbeiter- und Führungskräfteberatung unseres externen Dienstleisters B.A.D.;

- Seniorenbetreuung und Hilfe für einkommensschwache Familien: In Notsituationen wie etwa bei Naturkatastrophen bietet das Betreuungswerk von Post, Postbank und Telekom Unterstützung an;

- Tanztherapie für an Krebs erkrankte Frauen (jährlich 2 Seminare, je 12 TN) in Kooperation mit dem Erholungswerk Post Postbank Telekom e.V.;

- Beratung und Vermittlung zum Thema „Pflege von Angehörigen“

- Deutsche Telekom Sozialfonds: Beschäftigten, die unverschuldet in eine wirtschaftliche Notlage geraten sind, aus der sie sich aus eigener Kraft nicht mehr befreien können, wird schnelle wirtschaftliche Hilfe bereitgestellt.

G4-LA5 Arbeitgeber-Arbeitnehmer-Ausschüsse für Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Im Gesundheits- und Sicherheitsmanagement bei der Telekom in Deutschland sind verschiedene Steuerungskreisebenen implementiert:

- Die erste Ebene bildet der „Zentrale Arbeitskreis Gesundheit“ aus Führungskräften, Sozialpartnern, Fachexperten des Gesundheits- und Sicherheitsmanagement, Business Partnern der Landesgesellschaften sowie der Schwerbehindertenvertretung.

- Auf der zweiten Ebene sind „Arbeitskreise Gesundheit“ in den Tochtergesellschaften der Telekom in Deutschland etabliert.

- Die dritte Ebene bilden lokale Vor-Ort-Arbeitskreise, die das betriebliche Gesundheitsmanagement umsetzen; hiervon existieren mindestens 110.

In Deutschland sind 100 Prozent der Beschäftigten durch diese Ausschüsse repräsentiert. Die internationalen Landesgesellschaften verantworten ihr Gesundheits- und Sicherheitsmanagement autonom. Jedoch werden schrittweise alle Beschäftigten der Deutschen Telekom über ein Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem angebunden, das konzerneinheitliche Standards sicherstellt. International sind bereits rund 66 Prozent der Beschäftigten durch dieses Managementsystem eingebunden (Stand Ende 2014).

G4-LA6 Unfallarten und –häufigkeiten in der Organisation

- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeitergesundheit > Gesundheitsquote
- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeitergesundheit > Arbeitsunfälle in Deutschland

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT: AUS- UND WEITERBILDUNG

G4-DMA Managementansatz

> Beschäftigte > Ausbildung und Entwicklung > Managementansatz

G4-LA9

Ausbildung (Konzern national - Deutschland)

	Gesamtstunden 2014	Frauen	Männer
Azubis	12.139.088*	4.831.944*	7.307.144*
Dual Studierende	2.139.810*	851.557*	1.288.253*
Summe	14.278.898*	5.683.501*	8.595.397*

* Zur Berechnung der Zahlen wurden Durchschnittswerte verwendet.

Weiterbildung (Konzern national - Deutschland)
2014 nahmen unsere Mitarbeiter im Durchschnitt 24,1 Stunden an Weiterbildungsmaßnahmen teil. Grundsätzlich steht die Weiterbildung allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern (geschlechtsneutral, hierarchieübergreifend) gleichermaßen zur Verfügung, eine Differenzierung ist daher auf die Deutsche Telekom nicht anwendbar.

> Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterkennzahlen > Aus- & Weiterbildung > Weiterbildung Telekom Training
> Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterkennzahlen > Aus- & Weiterbildung > Auszubildende und Berufsfelder

G4-LA10 Programme zum Kompetenzmanagement, Umgang mit Berufsausstieg und der Verlängerung der Beschäftigungsfähigkeit

Programme zu lebenslangem Lernen
> Beschäftigte > Ausbildung und Entwicklung

Umgang mit dem Berufsausstieg
Die Deutsche Telekom setzt situationsbedingt verschiedene Instrumente ein, um betroffenen Mitarbeitern den Ausstieg aus der Beschäftigung im Konzern zu erleichtern. Dazu gehören unter anderem die Möglichkeit der Inanspruchnahme einer Outplacement Beratung oder die Zahlung einer Abfindung. Zudem bietet Telekom Placement Services den Beschäftigten der Deutschen Telekom neue Beschäftigungsperspektiven. Betroffene Mitarbeiter erhalten Unterstützung und individuelle Beratung rund um alle Themen des beruflichen Wechsels: von passenden Stellengeboten über Bewerbertrainings bis hin zu gezielten Qualifizierungen und der Information zu finanziellen Förderungsangeboten des Konzerns.

Seitens des Betreuungswerks Post Telekom werden Seminare zum Thema „Vorbereitung auf den Ruhestand“ angeboten, an denen Beschäftigte der Deutschen Telekom teilnehmen können. Im Seminar „Vorbereitung auf den Ruhestand“ wird gemeinsam mit den Teilnehmern erarbeitet, wie diese die nachberufliche Zeit sinnvoll mit Inhalten und Aktivitäten ausfüllen und ihren Ruhestand langfristig genießen können.
> Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Aus- & Weiterbildung > Weiterbildung Telekom Training

G4-LA11 Prozentsatz der Mitarbeiter, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten

Indikator Verweis Geprüft

Zur Beurteilung der Leistung und Karriereentwicklung unserer Beschäftigten setzen wir verschiedene Instrumente ein. „Compass“ wird für tarifliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie Beamte in Deutschland, das „Performance & Potential Review (PPR)“ für außertarifliche Beschäftigte in Deutschland sowie für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Landesgesellschaften angewendet. Darüber hinaus führten wir 2014 mit dem „Performance Dialog“ ein neues Instrument zur Leistungsbeurteilung für obere Führungskräfte ein.

Instrumente des Performance-Management und Mitarbeiterkategorie	Anzahl und Anteil der Beschäftigten, deren Leistung und Karriereentwicklung beurteilt wurde
Compass (tarifliche Beschäftigte in Deutschland)	74 850 Beschäftigte (81 Prozent der Zielgruppe)
Performance & Potential Review (außertarifliche Beschäftigte in Deutschland)	8 560 Beschäftigte (96 Prozent der Zielgruppe)
Performance & Potential Review (Beschäftigte in Landesgesellschaften)	20 000 Beschäftige (Instrument wird derzeit konzernweit ausgeweitet)
Performance Dialog (obere Führungskräfte konzernweit)	501 Mitarbeiter (Pilotprojekt; wird 2015 auf alle Führungskräfte ausgeweitet)

Die Instrumente des Performance-Managements beziehen sich immer auf ganze Mitarbeitergruppen und decken weibliche und männliche Beschäftigte damit gleichermaßen ab.

G4-DMA Managementansatz ✓

> Beschäftigte > Vielfalt und Chancengleichheit > Managementansatz

G4-LA12 Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der Mitarbeiter nach Arbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren ✓

> Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity & Altersvorsorge > Frauen im Konzern
> Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity & Altersvorsorge > Menschen mit Behinderung
> Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity & Altersvorsorge > Altersstruktur

Die Deutsche Telekom ist ein internationales Unternehmen, das in Teilen seiner Landesgesellschaften lediglich mit einer Mehrheitsbeteiligung vertreten ist. Eine einheitliche Aufschlüsselung der Werte nach Mitarbeiterkategorie ist daher nicht möglich.

ASPEKT: GLEICHER LOHN FÜR FRAUEN UND MÄNNER

G4-DMA Managementansatz

> Beschäftigte > Vielfalt und Chancengleichheit > Managementansatz

Indikator Verweis Geprüft

G4-LA13 Verhältnis Grundvergütung von Frauen zu Männern

Seit vielen Jahren vergleichen wir die Vergütung der weiblichen und männlichen Beschäftigten. Signifikante geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Vergütung unserer Beschäftigten in Deutschland konnten nicht festgestellt werden. Die Zertifizierungen durch Logib-D und eg-check bestätigen, dass Frauen und Männer bei gleicher Arbeit das gleiche Entgelt erhalten. Eine Erhebung der Gehälter unserer männlichen und weiblichen Mitarbeiter an allen internationalen Standorten ist aufgrund der Datenverfügbarkeit, der Wettbewerbsrelevanz und des Aufwands nicht möglich.

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

G4-DMA Managementansatz ✓

- Lieferanten > Stratgie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014
- Lieferanten > Ressourcenknappheit und Rohstoffgewinnung > Managementansatz

G4-LA14 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien im Hinblick auf Arbeitspraktiken überprüft wurden

Der Prozentsatz neuer Lieferanten, die nach nachhaltigkeitsrelevanten Kriterien (z. B. durch Selbstauskunft, Ecovadis-Plattform oder Social Audits) überprüft wurden, ist derzeit noch nicht verfügbar. Eine entsprechende Erfassung ist nach konzernweiter Einführung des Lieferantenportals möglich, die voraussichtlich Ende 2016 abgeschlossen sein wird. Grundvoraussetzung jeder Lieferantenbeziehung ist die Präqualifizierung, die unter anderem 16 nachhaltigkeitsrelevante Fragen abdeckt.

G4-LA15 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf Arbeitspraktiken in der Lieferkette und ergriffene Maßnahmen ✓

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

Bei mindesten 34 von 45 auditierten Lieferanten wurden Verbesserungsmaßnahmen hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Menschenrechten oder Umweltschutz aufgesetzt.

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH ARBEITSPRAKTIKEN

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich über ein Funktionspostfach zur Employee Relations Policy zu Wort melden (erpolicy@telekom.de) und jederzeit das Beschwerdeportal „Tell Me“ nutzen, um sich – auch anonym – beispielsweise über schlechte Arbeitsbedingungen zu beschweren.

Auf die Employee Relations Policy sowie die Beschwerdepostfächer und das Hinweisgeberportal wird in allen Einheiten hingewiesen, meist im jeweils lokalen Intranet. Der Hinweis auf bestehende Beschwerdemöglichkeiten ist ebenfalls Bestandteil bei jeder Neueinstellung.

Für Hinweise und Fragen zu allgemeinen Menschenrechtsthemen bei der Telekom steht zusätzlich zu den oben genannten Beschwerdemechanismen ein spezielles Postfach (humanrights@telekom.de) zur Verfügung.

G4-LA16 Anzahl der Bschwerden in Bezug auf Arbeitspraktiken, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden

- Strategie & Management > Menschenrechte > Überarbeitete Sozialcharta weltweit gültig

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH
UNTERKATEGORIE: MENSCHENRECHTE

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT: INVESTITIONEN

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte
- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf

Eine Überprüfung menschenrechtsbezogener Risiken erfolgt bei Fusionen und Akquisitionen im Rahmen der Due Diligence Phase.

G4-HR2 Gesamtzahl der Schulungsstunden von Mitarbeitern zu Menschenrechtspolitik und -verfahren sowie Prozentsatz der geschulten Mitarbeiter

- Strategie & Management > Menschenrechte > Schulungen zu Menschenrechten
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Up to date dank e-learning

ASPEKT: GLEICHBEHANDLUNG

G4-DMA Managementansatz ✓

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz

G4-HR3 Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen ✓

- Strategie & Management > Menschenrechte > Überarbeitete Sozialcharta weltweit gültig

ASPEKT: VEREINIGUNGSFREIHEIT UND RECHT AUF KOLLEKTIVVERHANDLUNGEN

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz

G4-HR4 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird und ergriffene Massnahmen

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

In unserem Konzern sind uns keine Vorfälle dieser Art bekannt.

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

Indikator Verweis Geprüft

Zu den Vorwürfen von Gewerkschaften bezüglich T-Mobile US ist zu sagen, dass das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen in den USA gewährleistet wird. Alle Mitarbeiter haben das Recht sich gewerkschaftlich zu organisieren. Dass dies auch funktioniert und gelebt wird, zeigt sich dadurch, dass an zwei Standorten im Nordosten der USA (Connecticut und New York) sich Mitarbeiter für eine gewerkschaftliche Vertretung entschieden haben. Gleichzeitig gibt es an diesen beiden Standorten auch Tarifverträge, die T-Mobile US mit der zuständigen Gewerkschaft Communications Workers of America geschlossen hat.

Weiterführende Links:

www.telekom.com/konzern/konzernprofil/verantwortungsvoller-arbeitgeber/news/169788 [http://www.telekom.com/konzern/konzernprofil/verantwortungsvoller-arbeitgeber/news/169788]

www.telekom.com/konzern/konzernprofil/verantwortungsvoller-arbeitgeber/news/202336 [http://www.telekom.com/konzern/konzernprofil/verantwortungsvoller-arbeitgeber/news/202336]

ASPEKT: KINDERARBEIT

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz

G4-HR5 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Kinderarbeit besteht, und ergriffene Massnahmen

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

Bei unseren direkten Geschäftsstandorten sehen wir kein erhebliches Risiko von Kinderarbeit.

ASPEKT: ZWANGS- UND PFLICHTARBEIT

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz

G4-HR6 Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen ein erhebliches Risiko von Zwangs- oder Pflichtarbeit besteht, und ergriffene Massnahmen

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz
- Strategie & Management > Menschenrechte > Umfassendes Human Rights Impact Assessment durchgeführt
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

Indikator Verweis Geprüft

CR-Wissen > Sozialcharta

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

ASPEKT: PRÜFUNG

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz

G4-HR9 Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Menschenrechte oder menschenrechtliche Auswirkungen geprüft wurden

Mit unserem Social Performance Report überprüfen wir jährlich die Einhaltung der Vorgaben unserer Sozialcharta. An diesem beteiligen sich alle 111 vollkonsolidierten Gesellschaften.

- Strategie & Management > Menschenrechte > Überarbeitete Sozialcharta weltweit gültig
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten > ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten > Lieferantenbeziehungen

ASPEKT: BEWERTUNG DER LIEFERANTEN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTEN

G4-DMA Managementansatz ✓

- Lieferanten > Stratgie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014
- Lieferanten > Ressourcenknappheit und Rohstoffgewinnung > Managementansatz

G4-HR10 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Menschenrechtskriterien überprüft wurden

Der Prozentsatz neuer Lieferanten, die nach nachhaltigkeitsrelevanten Kriterien (z. B. durch Selbstauskunft, Ecovadis-Plattform oder Social Audits) überprüft wurden, ist derzeit noch nicht verfügbar. Eine entsprechende Erfassung ist nach konzernweiter Einführung des Lieferantenportals möglich, die voraussichtlich Ende 2016 abgeschlossen sein wird. Grundvoraussetzung jeder Lieferantenbeziehung ist die Präqualifizierung, die unter anderem 16 nachhaltigkeitsrelevante Fragen abdeckt.

- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten > ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten > Lieferantenbeziehungen

G4-HR11 Erhebliche tastächliche und potenzielle negative menschenrechtliche Auswirkungen in der Lieferkette und ergriffene Massnahmen ✓

- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

Bei mindesten 34 von 45 auditierten Lieferanten wurden Verbesserungsmaßnahmen hinsichtlich Arbeitsbedingungen, Menschenrechten oder Umweltschutz aufgesetzt.

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH MENSCHENRECHTSVERLETZUNGEN

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Menschenrechte > Managementansatz
- Strategie & Management > Menschenrechte > Überarbeitete Sozialcharta weltweit gültig.

G4-HR12 Anzahl der Beschwerden in Bezug auf menschenrechtliche Auswirkungen, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden

- Strategie & Management > Menschenrechte > Überarbeitete Sozialcharta weltweit gültig.

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH
UNTERKATEGORIE: GESELLSCHAFT

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT KORRUPTIONSBEKÄMPFUNG

G4-DMA Managementansatz

› Strategie & Management > Compliance > Managementansatz

G4-SO3 Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken

Im Rahmen der Risikoanalyse wurden folgende Korruptionsrisiken als am wahrscheinlichsten ermittelt:

1. Gewährung eines Vorteils an einen Angestellten oder Beauftragten eines Geschäftspartners im Hinblick auf eine konkrete künftige Geschäftsentscheidung, um dadurch eine unlautere Bevorzugung im Wettbewerb zu erreichen.

2. Mitarbeiter formuliert die Auswahlkriterien zugunsten eines Lieferanten/Beraters, sodass der Einkäufer keine Wahl mehr hat. Mitarbeiter beeinflusst eine Auktion/Ausschreibung zugunsten eines Anbieters und erhält im Gegenzug eine Zuwendung.

3. Annahme eines Vorteils im Hinblick auf eine konkrete Geschäftsentscheidung.

4. Mitarbeiter/Einkäufer vereinbart bei der Vergabe von Dienstleistungen Konditionen zum Nachteil des Unternehmens. Er erhält vom Auftragnehmer/Berater im Gegenzug Geld oder andere Vorteile.

5. Gewährung eines Vorteils an einen Angehörigen des öffentlichen Bereichs im Hinblick auf eine dienstliche Handlung.

Wir führen jährlich ein konzernweites Compliance Risk Assessment (CRA) durch, um Compliance-Risiken zu ermitteln und darauf zugeschnittene Compliance Maßnahmen zu entwickeln. Im Zeitraum von zwei Jahren führen 94 Konzerngesellschaften das CRA durch. Das CRA im Jahr 2014 umfasste 81 Gesellschaften und hatte damit eine Abdeckungsquote von über 95 Prozent (nach Mitarbeiterzahl).

G4-SO4 Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung

Im Jahr 2012/2013 fanden Präsenztrainings mit dem Schwerpunkt Anti-Korruption statt. Trainiert wurden alle Konzernvorstände und die erste Berichtsebene. Zusätzlich fanden risikospezifische Präsenztrainings in den Bereichen IT, Vertrieb, Einkauf, Services, Produktion, Technical Services, Marketing, Technik und Finanzen statt. Es wurden über 3 400 Mitarbeiter geschult. International wurden Mitglieder des Board Managements und Angehörige von Risikogruppen trainiert (3 800 Teilnehmer). An einem eLearning haben national knapp 16 000 Mitarbeiter teilgenommen. International wurde dieses eLearning bei 26 Gesellschaften ausgerollt. 2014 fanden weitere themen- und risikospezifische Trainings statt. So wurden bei T-Systems International im Delivery-Bereich deutschlandweit in 72 Präsenztrainings 1 221 Mitarbeiter sowie international 1 120 Mitarbeiter ebenfalls in Präsenztrainings geschult.

Geschäftspartner: Die Geschäftspartner erkennen die Allgemeinen Einkaufsbedingungen (AEB) der Deutschen Telekom an, bevor sie eine Geschäftsbeziehung eingehen können. In den AEB ist eine Anti-Korruptionsklausel enthalten. Dazu werden im Rahmen der Lieferantenselbstauskunft Fragen zum Compliance Management System der Geschäftspartner gestellt. Die Deutsche Telekom bietet externen Geschäftspartnern und Lieferanten seit September 2014 Compliance-Schulungen an. Im Fokus stehen insbesondere kleine und mittelständische deutsche Geschäftspartner und Lieferanten. Mit Präsenztrainings und einer Online-Schulung unterstützt die Deutsche Telekom ihre Partner noch stärker, sich nach ethischen und rechtlichen Gesichtspunkten korrekt zu verhalten. In den Trainings werden konkrete Compliance-relevante Themen wie etwa Korruptionsprävention, Kartellrecht oder Nachhaltigkeit thematisiert und das Compliance Management System der Deutschen Telekom vorgestellt.

G4-SO5 Bestätigte Korruptionsfälle und ergriffene Maßnahmen

Die Telekom verfolgt ein umfassendes Compliance-Management, um Korruption vorzubeugen und zu bekämpfen. Aufgedeckte Verfehlungen werden angemessen – bis hin zur außerordentlichen Beendigung eines Arbeitsverhältnisses – sanktioniert. Bei der Gesamtzahl sanktionierter Korruptionsfälle handelt es sich um eine vertrauliche Information.

ASOEKT: POLITIK

G4-DMA Managementansatz

› Strategie&Management > Stakeholder-Einbeziehung > Politische Interessensvertretung

G4-SO6 Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem

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

ASPEKT: WETTBEWERBSWIDRIGESVERHALTEN

G4-DMA Managementansatz

› Strategie & Management > Compliance > Managementansatz

Indikator Verweis Geprüft

G4-SO7 Gesamtzahl der Verfahren aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse

- Strategie & Management > Compliance > Wesentliche laufende Rechtsverfahren

ASPEKT: COMPLIANCE

G4-DMA Managementansatz

- Strategie & Management > Compliance > Managementansatz

G4-SO8 Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften

- Strategie & Management > Compliance > Wesentliche laufende Rechtsverfahren

ASPEKT: BESCHWERDEVERFAHREN HINSICHTLICH GESELLSCHAFTLICHER AUSWIRKUNGEN

G4-DMA Managementansatz

- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz
- Lieferanten > Lieferantenmanagemetn > Managementansatz
- Lieferanten > Ressourcenknappheit und Rohstoffgewinnung > Managementansatz
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten

G4-SO9 Prozentsatz neuer Lieferanten, die anhand von Kriterien in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft überprüft wurden

Der Prozentsatz neuer Lieferanten, die nach nachhaltigkeitsrelevanten Kriterien (z. B. durch Selbstauskunft, Ecovadis-Plattform oder Social Audits) überprüft wurden, ist derzeit noch nicht verfügbar. Eine entsprechende Erfassung ist nach konzernweiter Einführung des Lieferantenportals möglich, die voraussichtlich Ende 2016 abgeschlossen sein wird. Grundvoraussetzung jeder Lieferantenbeziehung ist die Präqualifizierung, die unter anderem 16 nachhaltigkeitsrelevante Fragen abdeckt.

G4-SO10 Erhebliche tatsächliche und potenzielle negative Auswirkungen auf die Gesellschaft in der Lieferkette

- Link zu Lieferanten > Lieferantenmanagement > Auditergebnisse 2014

SPEZIFISCHE STANDARDANGABEN

KATEGORIE: GESELLSCHAFTLICH
UNTERKATEGORIE PRODUKTVERANTWORTUNG

Indikator Verweis Geprüft

ASPEKT: KUNDENGESUNDHEIT UND -SICHERHEIT

G4-DMA Managementansatz

- Netze > Gesundheit & Mobilfunk > EMF-Managementansatz
- Kunden > Nachhaltige Produkte > Managementansatz

G4-PR2 Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Produkt- oder Dienstleistungsauflagen bezüglich Arbeitssicherheit

- Strategie & Management > Compliance > Wesentliche laufende Rechtsverfahren

ASPEKT: KENNZEICHNUNG VON PRODUKTEN UND DIENSTLEISTUNGEN

G4-DMA Managementansatz ✓

- Kunden > Nachhaltige Produkte > Managementansatz
- Netze > Gesundheit & Mobilfunk > EMF-Managementansatz

G4-PR5 Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit ✓

- Kunden > Kundenzufriedenheit > Managementansatz
- Kunden > Kundenzufriedenheit > Messbare Erfolge durch "K1 - Kunde zuerst"

ASPEKT: SCHUTZ DER PRIVATSPÄHRE VON KUNDEN

G4-DMA Managementansatz ✓

- Kunden > Verbraucher- und Jugendschutz > Managementansatz

G4-PR8 Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf den Schutz der Privatsphäre des Kunden und die Verletzung des Datenschutzes

- Strategie & Management > Compliance > Wesentliche laufende Rechtsverfahren

ASPEKT: COMPLIANCE

G4-DMA Managementansatz

- Kunden > Verbraucher- und Jugendschutz > Managementansatz

G4-PR9 Sanktionen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen

- Strategie & Management > Compliance > Wesentliche laufende Rechtsverfahren

GLOBAL COMPACT FORTSCHRI TTSBERIC HT

Prinzip 1: Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Strategie & Management > Datenschutz > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- CR-Wissen > Sozialcharta
- Netze > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) > Einleitung
- CR-Wissen > Vergütung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- CR-Wissen > Lieferantenkontrollen
- Beschäftigte > Gesundheit & Sicherheit > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zu Nachhaltigkeit im Einkauf > Managementansatz (Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf) > Steuerung durch ESG KPI „Nachhaltiger Einkauf“
- Über diesen Bericht > GRI Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren > Aspekt Menschenrechte
- Beschäftigte > Zukunftsweisende Arbeitswelt
- Beschäftigte > Vielfalt und Chancengleichheit
- Datenschutz & Datensicherheit: https://www.t-mobile.de/sarwerte/0,17595,1347-_,00.html
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Mitarbeiter > Personalstrategie
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Konzernstrategie
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Konzernsteuerung

Prinzip 2: Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- Netze > Mobilfunk und Gesundheit (EMF) >Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- CR-Wissen > Lieferantenkontrollen
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren > Aspekt Menschenrechte

Prinzip 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlung

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- Beschäftigte > Verantwortungsvoller Arbeitgeber

Prinzip 4: Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- CR-Wissen > Lieferantenkontrollen

Prinzip 5: Abschaffung der Kinderarbeit

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung

Prinzip 6: Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren > Aspekt Menschenrechte
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren > Aspekt Arbeitspraktiken und menschenwürdige Beschäftigung
- Beschäftigte > Vielfalt und Chancengleichheit
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Mitarbeiter > Personalstrategie
- Geschäftsbericht 2014 > An die Aktionäre > Corporate Governance Bericht

Prinzip 7: Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen

- Strategie und Management > CR-Strategie > Einleitung
- Strategie und Management > CR-Strategie > ESG Key Performance Indikatoren
- Strategie und Management > CR Governance > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- Strategie & Management > Risiko- und Chancenmanagement > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Einleitung
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Schutz der Biodiversität
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Klimaschonende Mobilität
- Kunden > Nachhaltige Produkte > Einleitung
- Kunden > Nachhaltige ICT-Lösungen > Einleitung
- CR-Wissen > Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- CR-Wissen > Richtlinien für Endgeräteverpackungen
- Kunden > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- CR-Wissen > Lieferantenkontrollen
- CR-Wissen > Conflict-Free Sourcing Initiative
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2- Emissionen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handyrücknahme & Abfallaufkommen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Risiko- und Chancen-Management

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

- Strategie & Management > Werte und Leitlinien > Einleitung
- Strategie und Management > CR-Strategie > Einleitung
- Strategie und Management > CR-Strategie > ESG Key Performance Indikatoren
- Strategie und Management > CR Governance > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzstrategie > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Einleitung
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Schutz der Biodiversität
- CR-Wissen > Green Car Policy
- CR-Wissen > Code of Conduct on Energy Consumption of Broadband Equipment
- CR-Wissen > Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- CR-Wissen > Handy-Rücknahme
- Kunden > Nachhaltige ICT-Lösungen > Einleitung
- Kunden > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- CR-Wissen > Conflict-Free Sourcing Initiative
- SAR-Werte: https://www.t-mobile.de/sar-werte/0,17595,1347-_,00.html
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Risiko- und Chancen-Management

Prinzip 9: Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

- Strategie und Management > CR-Strategie > Einleitung
- Strategie und Management > CR-Strategie > ESG Key Performance Indikatoren
- Strategie und Management > CR Governance > Einleitung
- CR-Wissen > Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- Kunden > Nachhaltige Produkte > Einleitung
- CR-Wissen > Handy-Rücknahme
- Kunden > Innovationen aus den Wachstumsfeldern > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Energieeffizienz im Netz
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Einleitung
- Klima & Umwelt > Klimaschutzmaßnahmen > Klimaschonende Mobilität
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz und Umweltschutz > Einleitung
- CR-Wissen > Green Car Policy
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- Lieferanten > Lieferantenmanagement > Einleitung
- CR-Wissen > Conflict-Free Sourcing Initiative
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Innovation und Produktentwicklung

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

- Strategie und Management > CR-Strategie > Einleitung
- Strategie & Management > Compliance > Einleitung
- Strategie & Management > Risiko- und Chancenmanagement > Einleitung
- Strategie & Management > Datenschutz > Einleitung
- Strategie & Management > Politische Interessenvertretung > Einleitung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Einleitung
- CR-Wissen > Lieferantenkontrollen
- Über diesen Bericht > GRI Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren
- Geschäftsbericht 2014 > An die Aktionäre > Corporate Governance Bericht
- Geschäftsbericht 2014 > Zusammengefasster Lagebericht > Risiko- und Chancen-Management