CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2012.

ERLEBEN, WAS VERBINDET.

INHALT.

6 ÜBER DIESEN BERICHT.
8 STATEMENT DES VORSTANDSVORSITZENDEN
9 STATEMENT DES PERSONALVORSTANDS.
10 KONZERNPORTRÄT.
12 PRÜFBESCHEINIGUNG.

15 STRATEGIE & MANAGEMENT.
16 VISION.
17 WERTE & LEITLINIEN.
19 CR-STRATEGIE.
20 Handlungsfelder.
21 CR Key Performance Indikatoren.
23 Socially Responsible Investment.
24 Internationalisierung.
28 CR-GOVERNANCE.
31 CR PROGRAMM.
38 STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG.
40 Stakeholder-Erwartungen.
43 Formate der Einbeziehung.
55 COMPLIANCE.
58 RISIKO- & CHANCENMANAGEMENT.
59 DATENSCHUTZ.
60 POLITIK & REGULIERUNG.
62 REGIONALE WERTSCHÖPFUNG.

64 LANDESGESELLSCHAFTEN.
65 ALBANIEN.
66 BULGARIEN.
67 DEUTSCHLAND.
69 FRANKREICH.
70 GRIECHENLAND.
72 GROSSBRITANNIEN.
73 KROATIEN.
74 MALAYSIA.
75 MAZEDONIEN.
76 MONTENEGRO.
77 NIEDERLANDE.

78 ÖSTERREICH.
80 POLEN.
81 ROMÄNIEN.
82 SLOWAKEI.
83 SPANIEN.
84 TSCHECHISCHE REPUBLIK.
86 UNGARN.
88 USA.

89 NETZE.
90 NETZ- & INFRASTRUKTURAUSBAU.
92 Festnetz- & Breitband-Technologien.
97 Mobilfunk der zweiten & dritten Generation.
98 Mobilfunk der vierten Generation.
99 MOBILFUNK & GESUNDHEIT.
100 Transparenz.
101 Information.
103 Partizipation.
105 Wissenschaftsförderung & Partnerschaft.
107 UMWELTFREUNDLICHE NETZINFRASTRUKTUR.
108 Netzmodernisierung.
109 Klimatechnik & Energieeinsatz.
112 Umweltfreundliche Rechenzentren.

114 KUNDEN.
115 GRUNDLAGEN FÜR PRODUKTENTWICKLUNG & PRODUKTDESIGN.
117 KLIMA- UND UMWELTFREUNDLICHE PRODUKTE & DIENSTE.
121 BARRIEREFREIE PRODUKTE & DIENSTE.
123 KUNDENKOMMUNIKATION.
126 HANDY- & TELEFON-RÜCKNAHME.
127 VERBRAUCHERSCHUTZ.
129 JUGENDMEDIENSCHUTZ.
133 KUNDENZUFRIEDENHEIT.
135 FORSCHUNG & INNOVATION.
138 Smart Grid & Smart Metering.
139 Connected Car.
140 E-health.

142 GESELLSCHAFT.
143 ENGAGEMENT@TELEKOM.
144 Corporate Volunteering & Corporate Giving.
151 Partnerschaftliches Engagement.
156 Katastrophenhilfe.
157 Medienkompetenz.
159 BILDUNGSENGAGEMENT.
160 Initiative „Ich kann was!".
161 Deutsche Telekom Foundation.
164 Engagement in Aus- & Weiterbildung.
166 Gründerförderung & Stipendienprogramme.

168 SPONSORING.
169 SPORTSPONSORING.
171 KULTURSPONSORING.

172 BESCHÄFTIGTE.
173 PERSONALVERANTWORTUNG.
177 UNTERNEHMENSKULTUR.
179 VIELFALT & CHANCENGLEICHHEIT.
185 MITARBEITERGEWINNUNG.
188 MITARBEITERBETEILIGUNG & MITARBEITERZUFRIEDENHEIT.
191 PERFORMANCE & ENTWICKLUNG.
195 GESUNDHEIT & SICHERHEIT.
197 VERGÜTUNG.
198 PERSONAL- & ORGANISATIONSUMBAU.

201 LIEFERANTEN.
202 STRATEGIE ZUR NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF.
206 LIEFERANTENAUSWAHL.
207 LIEFERANTENMANAGEMENT.
209 SOCIAL AUDITS.
211 Auditergebnisse 2012.
214 INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT.

215 KLIMA & UMWELT.
216 KLIMASCHUTZ.
219 Klimaschutzinitiativen.
221 Energiemanagement.
225 UMWELTMANAGEMENT.
227 RESSOURCENEFFIZIENZ AM ARBEITSPLATZ.
228 ABFALLMANAGEMENT & ENTSORGUNG.
230 KLIMASCHONENDE MOBILITÄT.
233 BIODIVERSITÄT.

235 KENNZAHLEN.
236 ÖKONOMISCHE KENNZAHLEN
236 Nachhaltiges Investment.
238 Lieferanten.
240 Finanzielle Kennzahlen.
244 ÖKOLOGISCHE KENNZAHLEN
244 Energie.
247 CO_2-Emissionen.
252 Mobilität.
256 Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen.
258 Weitere ökologische Daten.
261 SOLZIALE KENNZAHLEN
261 Gesellschaftliches Engagement..
263 Mitarbeiterzufriedenheit.
266 Diversity & Altersvorsorge.
271 Aus- & Weiterbildung.
273 Mitarbeitergesundheit.
275 Mitarbeiterzahlen.
280 Ideenmanagement.

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 fünften 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 2012 und Februar 2013 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 2012 stellen wir unter anderem im Geschäftsbericht, im Personalbericht und im Datenschutzbericht Informationen zur Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung zur Verfügung. Unter der Überschrift „Verantwortung" berichten wir im Internet-Auftritt des Telekom Konzerns über dessen aktuelle Aktivitäten im Zusammenhang mit CR. Die internationalen Landesgesellschaften geben auf ihren Internet-Portalen und in eigenen Publikationen Auskunft über ihr CR-Engagement.

Um die Komplexität unserer Berichterstattung zu reduzieren, sind an vielen Stellen Verlinkungen mit anderen internen und externen Websites gesetzt. So sind die Informationsangebote der Landesgesellschaften beispielsweise über deren jeweilige Profilseiten im CR-Bericht 2012 zugänglich.

BERICHTSZEITRAUM, GELTUNGSBEREICH UND ZIELGRUPPEN.

Als Konzernbericht schließt der CR-Bericht 2012 viele Landesgesellschaften ein, an denen die Telekom mehrheitlich beteiligt ist. Abweichungen sind entsprechend gekennzeichnet. Der vorliegende Bericht knüpft an den CR-Bericht 2011 an. Der Berichtszeitraum der inhaltlichen Themen erstreckt sich vom 1. März 2012 bis zum 28. Februar 2013. Alle quantitativen Daten und Kennzahlen beziehen sich auf das Kalenderjahr 2012. 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. Auf diese Weise können wir das Informationsbedürfnis unserer Stakeholder an ökonomischen, ökologischen und sozialen Fragestellungen noch besser befriedigen.

ONLINE-BERICHTERSTATTUNG SEIT 2010.

Um den gestiegenen Anforderungen und veränderten Nutzungsgewohnheiten unserer Stakeholder gerecht zu werden, veröffentlichen wir unseren CR-Bericht seit dem Berichtsjahr 2010/2011 ausschließlich im Internet. Der CR-Online-Bericht 2012 ist seit dem 19. Juni 2013 in deutscher und englischer Sprache verfügbar. Bereits auf der Startseite ermöglichen wir auch CR-unkundigen Lesern durch speziell aufbereitete Inhalte einen guten Einstieg in den Bericht. Service-Funktionen wie der Download-Bereich, Such- und Dialogfunktionen sowie interaktive Kennzahlendarstellungen erleichtern die individuelle Nutzung. Über das Element „Mehr erfahren" können zu vielen Themen Hintergrundinformationen, die über die Darstellung der aktuellen Fortschritte hinausgehen, aufgerufen werden.

Parallel zum vorliegenden Online-Bericht haben wir auch in diesem Jahr ein E-Paper mit einer Zusammenfassung ausgewählter Fortschritte im Berichtszeitraum herausgegeben. Es trägt den Titel „Wir leben Verantwortung. Corporate Responsibility 2012 im Überblick.". Die Landesgesellschaften können die Publikation mithilfe eines Online-Tools um ihre individuellen CR-Aktivitäten erweitern und so für ihre eigene CR-Kommunikation nutzen.

Der nächste CR-Bericht wird im zweiten Quartal 2014 erscheinen.

CR-APP „WE CARE".

Ergänzend zum Online-CR-Bericht der Telekom veröffentlichten wir 2012 die CR-Applikation „We Care". Sie steht für die Smartphone-Betriebssysteme Android und Apple iOS sowie Tablets zum kostenlosen Download bereit. Diese innovative Darstellung unseres CR-Engagements führt in die große Bandbreite des Themas ein – einfach und spielerisch, aber auch selbstkritisch. Einige Inhalte aus dem CR-Bericht sind ergänzend in einer eigenen Rubrik in die App integriert und werden jährlich aktualisiert. Mit „We Care" wollen wir eine breite Zielgruppe für das Thema unternehmerische Verantwortung begeistern und zum Mitmachen anregen.

AUSWAHL DER ZENTRALEN THEMEN FÜR DEN CR-BERICHT 2012.

Zur Auswahl der zentralen Berichtsthemen führten wir im ersten Quartal 2013 einen mehrstufigen Materiality- beziehungsweise Wesentlichkeitsprozess durch. Dieser ist fester Bestandteil unserer jährlichen CR-Berichterstattung. Er ist ein Instrument, um jene Themen zu identifizieren, die für unsere internen und externen Stakeholder von größter Relevanz sind.

STRUKTUR DES VORLIEGENDEN ONLINE-BERICHTS.

Der CR-Online-Bericht 2012 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 die genannten sechs Kapitel durch drei weitere:

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

- Ein Großteil der Landesgesellschaften, deren CR-Aktivitäten in diesem Bericht beschrieben sind, wird auf Profilseiten dargestellt. Diese sind als Unterseiten des Menüpunkts „Landesgesellschaften“ zu finden.

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

BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHE PRÜFUNG.

Ausgewählte Kennzahlen des CR-Berichts 2012 aus Deutschland sowie von den Landesgesellschaften T-HT Hrvatski Telekom (Kroatien), Magyar Telekom (Ungarn), OTE und Cosmote (Griechenland) sowie T-Mobile USA wurden durch die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers (PwC) einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterzogen.

Geprüft wurden außerdem folgende Kapitel:

- Strategie & Management
- Lieferanten
- Kennzahlen

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

Alle geprüften Inhalte dieses Berichts sind mit gekennzeichnet und haben unverändert Bestand bis zur Veröffentlichung des nächsten CR-Berichts. Einzelne Textabschnitte, die bereits Gegenstand der betriebswirtschaftlichen Prüfung des Geschäftsberichts 2012 waren, sind ebenfalls entsprechend gekennzeichnet.

UMSETZUNG INTERNATIONALER REPORTING-STANDARDS.

Der CR-Bericht 2012 der Telekom erfüllt die geltenden Leitlinien (G3) der Global Reporting Initiative (GRI) in vollem Umfang. Dies gilt auch für das auf Unternehmen der Telekommunikationsbranche anzuwendende „GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche“ in seiner Pilotversion aus dem Jahr 2003. Die Übereinstimmung mit beiden Anforderungskatalogen wurde von der GRI geprüft, die hierfür das höchste Application Level „A+“ vergab.

Der vorliegende CR-Bericht 2012 dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) der Telekom im Rahmen des Global Compact der Vereinten Nationen. Einen Überblick über konkrete Maßnahmen zur Verwirklichung der Global-Compact-Prinzipien bietet der Global-Compact-Fortschrittsbericht.

THE GLOBAL COMPACT
WE SUPPORT

STATEMENT DES VORSTANDSVORSITZENDEN

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

die Deutsche Telekom bekennt sich zu ihrer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung. Seit Jahren legen wir deshalb unsere „Corporate Responsibility"-Aktivitäten offen – umfassend und transparent. Übrigens auch ohne eine gesetzliche Berichtspflicht, wie sie derzeit auf EU-Ebene vorbereitet wird.

Verantwortung zeigen wir, wie dieser Bericht eindrucksvoll belegt, in vielen Bereichen. Auf zwei will ich aufgrund ihrer besonderen Bedeutung für die Gesellschaft, aber auch für uns als Unternehmen, ausführlicher eingehen: Klimaschutz und Zugang zu schnellen Netzen.

Wer über Klimaschutz spricht, denkt vielleicht nicht als Erstes an Informations- und Telekommunikationstechnologie (IKT). Dabei tragen digitale Lebens- und Arbeitswelten maßgeblich zu einer klimaschonenden Gesellschaft bei. Die 2012 in Doha vorgestellte SMARTer-2020-Studie, an der die Telekom maßgeblich mitgewirkt hat, beziffert das Einsparpotenzial von IKT auf 16,5 Prozent aller CO_2-Emissionen weltweit – rund das Zehnfache der gesamten Treibhausgasemissionen in Deutschland.

Um dieses Potenzial zu heben, entwickeln wir innovative Anwendungen und Technologien, die unsere Kunden dabei unterstützen, ihren „CO_2-Fußabdruck" zu verkleinern. Mit Videokonferenzen, um nur ein sehr kleines Beispiel zu nennen, machen wir heute so manche Geschäftsreise unserer Kunden überflüssig. Mit intelligentem Energiemanagement helfen wir beim Stromsparen.

Gleichzeitig verfolgen wir selbst ambitionierte Klimaschutzziele. Hierzu stellen wir unter anderem unsere Netze auf das energiesparende Internet-Protokoll um, leiten einen Generationswechsel in der Mobilfunk-Technik ein und verbessern die Effizienzwerte unserer Rechenzentren. Zeichen setzen wir auch im Bereich der Mobilität, beispielsweise bei unserer Firmenflotte. So haben wir den durchschnittlichen CO_2-Ausstoß aller Pkw-Neuwagen der Telekom in Deutschland von 125 g/km im Jahr 2011 auf derzeit 120 g/km gesenkt. Damit haben wir schon heute die in den Klimaschutzzielen der Europäischen Union bis 2015 angestrebten Grenzwerte erreicht.

Unser Engagement für das Klima betrachten wir nicht isoliert, sondern als zentralen Teil einer umfassenden Strategie. Mit ihr orientieren wir uns konsequent an den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen, zu denen wir uns seit dessen Gründungsjahr 2000 offiziell bekennen. Zugleich konzentrieren wir uns auf jene Handlungsfelder, in denen wir zur nachhaltigen Entwicklung unserer Gesellschaft am meisten beitragen können. Hierzu gehören neben dem Klimaschutz „Vernetztes Leben und Arbeiten" sowie „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft".



Voraussetzung für diese Bereiche ist eine möglichst flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit schnellen Netzzugängen auf Basis innovativer, energieeffizienter Technologien – für mehr nachhaltige Dienstleistungen und Produkte. Um diese zu gewährleisten, steigern wir unsere Investitionen in den Ausbau moderner Breitbandnetze – auch gegen den Markttrend – immer weiter. Die Summe wird in den kommenden drei Jahren fast 30 Milliarden Euro erreichen.

Mit unserem neuen Leitbild „Deutsche Telekom – Meine erste Wahl für vernetztes Leben und Arbeiten." stellen wir künftig auch das Kundenerlebnis noch stärker in den Mittelpunkt unserer Arbeit. Wir wollen unsere Kunden nicht nur transparent informieren, sondern auch dialogbereit sein. Wir hören zu. Und zwar nicht nur bei der Diskussion über neue Geräte und Technologien, sondern gerade auch bei gesellschaftlichen Fragen.
Aber überzeugen Sie sich selbst. Ziehen Sie mit uns Bilanz über unsere Anstrengungen für Klimaschutz, nachhaltige Lebens- und Arbeitswelten, Internet-Sicherheit und gesellschaftlichen Zusammenhalt.

Ich wünsche Ihnen eine informative und inspirierende Lektüre!

Ihr René Obermann

STATEMENT DES PERSONALVORSTANDS.

SEHR GEEHRTE DAMEN UND HERREN,

überall auf der Welt eröffnet die Dynamik der Märkte neue Geschäftschancen. Der technologische Wandel und die zunehmende Individualisierung der Lebensformen führen zu neuen Kundenbedürfnissen – stetige Veränderung wird zur einzigen Konstante.

Die Telekom muss für diese Herausforderung adäquate Lösungen finden und dabei selbst die Veränderungsprozesse mitgestalten. Die Personalarbeit leistet dabei einen wichtigen Beitrag. Ihr Auftrag verlagert sich – von der Veränderung unserer Kultur hin zur Unterstützung einer Veränderungskultur. Wir schaffen Rahmenbedingungen, die unsere Mitarbeiter inspirieren und motivieren, ihnen Freiräume bieten und es ihnen ermöglichen, ihre individuellen Fähigkeiten weiterzuentwickeln. Wir fördern ein Klima, in dem Menschen stetige Veränderung als Chance und nicht als Bedrohung erleben – und den Mut haben, Verantwortung für den Unternehmenserfolg zu übernehmen. Zugleich behalten wir auch die langfristigen Herausforderungen fest im Blick und machen den Konzern Deutsche Telekom zu einer treibenden Kraft bei der nachhaltigen Entwicklung von Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft.

Mit der Anfang 2013 verabschiedeten neuen Human-Resources(HR)-Strategie tragen wir diesen Anforderungen Rechnung. Unter dem Leitbild „HR beschleunigt den Erfolg des Unternehmens und der Mitarbeiter“ leisten wir einen großen Beitrag, damit unsere Mitarbeiter und Organisationseinheiten ihr Bestes für den Erfolg unseres Unternehmens in einem sich immer verändernden Umfeld geben können. Eine wichtige Säule in der Umsetzung der neuen HR-Strategie war die Gründung der Einheit „Group Transformational Change & Corporate Responsibility“. Deren Aufgabe ist es, die Unternehmenskultur mit Schwerpunkt auf den Themen Innovation, Transformation, Unternehmertum sowie gesellschaftliche Verantwortung weiterzuentwickeln. Durch die Verzahnung dieser Themen stärken wir das eigenverantwortliche Denken und Handeln unserer Mitarbeiter.

Das Verantwortungsbewusstsein unserer Mitarbeiter spiegelt sich schon heute in ihrem hohen Engagement für ihr Umfeld wider: Sie unterstützen Kindergärten oder Schulen, geben Internet- und Handy-Trainings für Senioren oder engagieren sich für die Umwelt. Ein hervorragendes Beispiel für das Engagement unserer Beschäftigten ist der Auszubildendenwettbewerb „Verantwortung gewinnt“, an dem sich in diesem Jahr 700 Azubis und dual Studierende mit über 80 sozialen und ökologischen Projekten beteiligten. Die Fülle und die Qualität der diesjährigen Beiträge beweist: Unsere Azubis und die dual Studierenden haben nicht nur ihr berufliches Fortkommen im Blick. Von ihrem Enthusiasmus und ihrer Kreativität profitiert das gesamte Unternehmen.



Als Personalvorstand richte ich mein Augenmerk aber auch darauf, dass über unsere Unternehmensgrenzen hinaus die Einhaltung von fairen Arbeitsbedingungen und grundsätzlicher Menschenrechte gewährleistet wird. Bereits 2003 haben wir konzernweit gültige sozialgesellschaftliche Werte und Prinzipien in unserer Sozialcharta verabschiedet. Mit ihr wurde die Einhaltung von international anerkannten Sozialstandards – insbesondere auch als Anforderung an unsere Geschäftspartner – festgeschrieben. Mit unserer Strategie zur Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf verfolgen wir das Ziel, die Einhaltung unserer definierten sozialen und ökologischen Mindeststandards in unserer Lieferkette sicherzustellen. So befragen wir im Vorfeld einer Geschäftsbeziehung Lieferanten bezüglich ihres Commitments und Engagements in Nachhaltigkeitsthemen. Bei Bedarf fordern wir im weiteren Verlauf der Geschäftsbeziehung zusätzliche Informationen über dezidierte Selbstauskünfte ein. Zur Überprüfung unserer Nachhaltigkeitsanforderungen führen wir regelmäßige Kontrollen über sogenannte Social Audits bei unseren Lieferanten vor Ort durch. Dabei arbeiten wir partnerschaftlich und vertrauensvoll mit unseren Lieferanten zusammen und bieten bei Bedarf entsprechende Unterstützung an. Bei Unstimmigkeiten greift ein mehrstufiger Eskalationsprozess . Hierbei ist die primäre Zielsetzung, im Schulterschluss mit unseren Lieferanten Lösungen gemäß unseren Nachhaltigkeitsstandards zu entwickeln.

„Wir leben Verantwortung.“ – so lautet nicht nur der Titel unseres CR-Berichts. „Wir leben Verantwortung.“ ist für uns vielmehr Ausdruck eines umfassenden CR-Verständnisses, das kurzfristige Ziele überdauert und alle Beschäftigten der Deutschen Telekom mit einschließt.

Marion Schick

KONZERNPORTRÄT.

Mit rund 132 Millionen Mobilfunk-Kunden, 32 Millionen Festnetz- und knapp 17 Millionen Breitband-Anschlüssen in rund 50 Ländern zählt die Deutsche Telekom zu den weltweit führenden integrierten Telekommunikationsunternehmen. Privatkunden sowie Groß- und Geschäftskunden bieten wir ein breites Portfolio an Produkten und Diensten in den Bereichen Festnetz/Breitband, Mobilfunk, Internet und Internet-TV sowie weitere innovative Lösungen für vernetztes Leben und Arbeiten. Im Geschäftsjahr 2012 haben wir mit weltweit rund 230 000 Mitarbeitern einen Umsatz in Höhe von 58,2 Milliarden Euro erwirtschaftet. Der Konzern bekennt sich ausdrücklich zu seiner unternehmerischen Verantwortung und legt seinem geschäftlichen Handeln sowohl wirtschaftliche als auch soziale und ökologische Kriterien zugrunde. Im Einklang mit dem Ziel, internationaler Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden, haben wir uns vorgenommen, eine Vorreiterrolle im Bereich Corporate Responsibility (CR) zu übernehmen.

KONZERNSTRUKTUR UND OPERATIVE SEGMENTE.

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

- **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. Die anhaltende Nachfrage nach Breitbandprodukten in Festnetz und Mobilfunk hat hier zu einem Umsatzwachstum geführt. Durch Fokussierung auf Werthaltigkeit im Festnetz konnten wir uns unter den gegebenen regulatorischen und ökonomischen Rahmenbedingungen gut im Markt behaupten. Trotz des starken Wettbewerbs verzeichneten wir im Mobilfunk eine positive Kundenentwicklung. Der Umsatz des operativen Segments lag im Jahr 2012 um 2 Prozent unter dem Vorjahreswert; der Umsatzrückgang fiel damit um die Hälfte geringer aus als noch 2011.

- **Europa:** Das operative Segment Europa umfasst sämtliche Aktivitäten aus dem Festnetz- und Mobilfunk-Geschäft der Landesgesellschaften in Griechenland, Rumänien, Ungarn, Polen, der Tschechischen Republik, Kroatien, den Niederlanden, der Slowakei, Österreich, Bulgarien, Albanien, der EJR Mazedonien und Montenegro sowie des Joint Ventures Everything Everywhere in Großbritannien. Darüber hinaus werden den Geschäftskunden in einzelnen Landesgesellschaften auch ICT-Lösungen angeboten. Gleichfalls zum operativen Segment Europa gehört der Bereich International Carrier Sales & Solutions, der hauptsächlich Telekommunikationsvorleistungen für andere operative Segmente im Konzern erbringt. In unserem operativen Segment Europa haben sich 2012 die Kundenbestände trotz des harten Wettbewerbs und der weiterhin schwierigen konjunkturellen Lage in den meisten Ländern robust entwickelt. 2012 erzielte unser operatives Segment Europa einen Gesamtumsatz von 14,4 Milliarden Euro und lag damit 4,7 Prozent unter dem Vorjahreswert.

- **USA:** Das operative Segment USA umfasst sämtliche Mobilfunk-Aktivitäten auf dem US-amerikanischen Markt. Der Gesamtumsatz unseres operativen Segments USA erhöhte sich im Geschäftsjahr 2012 gegenüber dem Vorjahr aufgrund von Wechselkurseffekten um 3,8 Prozent von 14,8 Milliarden Euro auf 15,4 Milliarden Euro. Auf US-Dollar-Basis verzeichnete T-Mobile USA einen Umsatzrückgang um 4,1 Prozent gegenüber dem Vergleichszeitraum des Vorjahres. Hauptgrund hierfür waren niedrigere Service-Umsätze, die durch höhere Endgeräteumsätze im Zusammenhang mit den Value-Tarifen nur zum Teil ausgeglichen werden konnten. Am 3. Oktober 2012 wurde der Zusammenschluss von T-Mobile USA mit dem Wettbewerber MetroPCS bekannt gegeben. Die Transaktion wurde am 30. April 2013 abgeschlossen. Seit dem 1. Mai 2013 wird die neue, gemeinsame Gesellschaft, an der die Deutsche Telekom 74 Prozent der Anteile hält, unter dem Namen T-Mobile US an der New Yorker Börse gehandelt.

- **Systemgeschäft:** Das operative Segment Systemgeschäft bündelt unter der Marke T-Systems das Geschäft mit ICT-Produkten und -Lösungen für große multinationale Unternehmen. Im Geschäftsjahr 2012 steigerte das Segment den Auftragseingang gegenüber dem Vorjahr deutlich um 18 Prozent. Grund hierfür sind wichtige Vertragsabschlüsse wie zum Beispiel Großaufträge von der katalanischen Regierung, Shell, Clariant, BP, Daimler, British American Tobacco und dem Schweizer Industriekonzern Georg Fischer.

Konzernzentrale & Shared Services.

Die Konzernzentrale & Shared Services umfassen alle Konzerneinheiten, die nicht direkt einem der operativen Segmente zugeordnet sind. Die Konzernzentrale übernimmt die strategischen und segmentübergreifenden Steuerungsaufgaben. Die sogenannten Shared Services , die ihre Leistungen schwerpunktmäßig in Deutschland erbringen, sind für alle sonstigen operativen Aufgaben zuständig, die nicht unmittelbar das Kerngeschäft der operativen Segmente betreffen. Zu den Shared Services zählen neben den typischen Dienstleistungen wie Finanzbuchhaltung, Personalservice und operativem Einkauf unter anderem Vivento, die dafür verantwortlich ist, im Rahmen des Personalumbaus Mitarbeitern neue Beschäftigungsmöglichkeiten zu vermitteln, der Bereich „Grundstücke und Gebäude“ sowie der Bereich „MobilitySolutions“ als Komplettanbieter von Fuhrparkmanagement und Mobilitätsleistungen.

GESCHÄFTSENTWICKLUNG IM JAHR 2012.

Im Geschäftsjahr 2012 erzielten wir einen gegenüber dem Vorjahr leicht rückläufigen Konzernumsatz in Höhe von 58,2 Milliarden Euro; das sind 0,8 Prozent weniger als im Vorjahr. Belastend wirkten der intensive Wettbewerb, regulierungsbedingte Preisänderungen sowie die schwierige konjunkturelle Situation in den meisten Ländern unseres operativen Segments Europa. Bei dem im Ausland erwirtschafteten Umsatzanteil wirkten sich im Saldo Wechselkurseffekte von rund 1,1 Milliarden Euro, vor allem aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, positiv auf unseren Konzernumsatz aus.

Unser operatives Segment USA konnte auf Euro-Basis, ebenso wie unser operatives Segment Systemgeschäft, einen Umsatzanstieg verzeichnen, während unsere operativen Segmente Europa und Deutschland Umsatzrückgänge hinnehmen mussten.

Bereinigtes EBITDA.
Das im Geschäftsjahr 2012 erzielte, um Sondereinflüsse bereinigte EBITDA von 18 Milliarden Euro bedeutete einen Rückgang von 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Wechselkurseffekte wirkten sich im Saldo in Höhe von 0,3 Milliarden Euro, vor allem aus der Umrechnung von US-Dollar in Euro, positiv auf die Entwicklung unseres bereinigten EBITDA aus. Damit haben wir unser kommuniziertes Unternehmensziel erreicht.

Konzernüberschuss/-fehlbetrag.
Vor allem bedingt durch die Erfassung einer Wertminderung im Zusammenhang mit dem vereinbarten Zusammenschluss von T-Mobile USA und MetroPCS verzeichneten wir einen Konzernfehlbetrag von rund 5,3 Milliarden Euro. Der Steuerertrag des laufenden Geschäftsjahres belief sich auf 1,5 Milliarden Euro.

Free Cashflow und Nettofinanzverbindlichkeiten.
Der Free Cashflow des Konzerns lag mit 6,2 Milliarden Euro um 0,2 Milliarden Euro unter dem des Vorjahres.

Die Nettofinanzverbindlichkeiten verringerten sich gegenüber dem Jahresende 2011 um 3,3 Milliarden Euro beziehungsweise 8,1 Prozent auf 36,9 Milliarden Euro.

Ausführliche Informationen zur Geschäftsentwicklung und zu den Finanzdaten der Telekom sind im Geschäftsbericht 2012 veröffentlicht.

PRÜFBESCHEINIGUNG.

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung
An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung gewissen Sicherheit[i] hinsichtlich der Beachtung der AA1000 AccountAbility Prinzipien (Typ 2-Prüfung) sowie ausgewählter Nachhaltigkeitsinformationen im „Corporate Responsibility Bericht 2012“ („CR-Bericht“) der Deutsche Telekom AG, Bonn, („Gesellschaft“) durchgeführt. Unsere betriebswirtschaftliche Prüfung bezog sich auf ausgewählte einzelne Angaben sowie ausgewählte vollständige deutsche Seiten auf der Konzernwebsite „Corporate Responsibility Bericht 2012“ mit Informationen aus dem Berichtsjahr 2012. Sofern unsere Prüfung die gesamten Inhalte der Seiten abdeckt, wie in den Kapiteln Lieferanten und Strategie, werden diese Seiten mit dem Symbol gekennzeichnet. Einzelne durch uns geprüfte Angaben, wie Daten in der Rubrik „Kennzahlen“ oder einzelne qualitative Angaben in den Kapiteln Klima und Umwelt, Gesellschaft, Kunden und Beschäftigte werden direkt mit dem Symbol gekennzeichnet. Nicht Gegenstand des Prüfungsauftrags sind nicht gekennzeichnete Seiten bzw. Daten und Angaben, auf die aus den Webseiten heraus verwiesen oder verlinkt wird.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter
Es liegt in der Verantwortung der gesetzlichen Vertreter der Gesellschaft,

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

This responsibility includes the conception, implementation and maintenance of systems and processes for ensuring compliance with the AA1000 AccountAbility Principles and preparation of the CR Report using assumptions and estimations for individual CR disclosures that are appropriate under the given circumstances.

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

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

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

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

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

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

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Wir haben Prüfungen auf Ebene der Konzernzentrale, Bonn, sowie auf Ebene ausgewählter Tochtergesellschaften, insbesondere bei T-Mobile USA Inc., Bellevue, Washington (U.S.), OTE A.E, Athen, Griechenland, Cosmote Mobile Telecommunications S.A, Athen, Griechenland, Magyar Telekom Plc., Budapest, Ungarn, und Croatian Telekom Inc. Zagreb, Kroatien durchgeführt.

Im Zusammenhang mit der Beachtung der AA1000 AccountAbility Prinzipien haben wir unter anderem die folgenden Prüfungshandlungen durchgeführt:

- Befragungen der relevanten Ansprechpartner in den Bereichen „Stakeholder Engagement & Stakeholder Dialogue“ und „Corporate Responsibility“;
- Nachvollzug der relevanten Dokumentation zu den Stakeholderdialogen, weiterer Kommunikation mit Stakeholdern und partizipativen Formaten auf Ebene der Konzernzentrale sowie auf Ebene ausgewählter Landesgesellschaften;
- Nachvollzug der relevanten Dokumentation zur Ermittlung und Priorisierung von Nachhaltigkeitsthemen und CR-Handlungsfeldern sowie identifizierter Stakeholdererwartungen auf Ebene der Konzernzentrale sowie auf Ebene ausgewählter Landesgesellschaften;
- Befragung ausgewählter Fachbereiche mit Fokus auf die Stakeholdergruppen Mitarbeiter und Lieferanten und Einholen von Nachweisen zu stichprobenhaft ausgewählten Projekten mit Nachhaltigkeits- und Stakeholdermanagementbezug, welche die Berücksichtigung der AA1000-AccountAbility-Prinzipien in der Organisation zusätzlich belegen.

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

- Befragungen des Managements sowie von für das Reporting von CR-Informationen zuständigen und mit der Erstellung des CR-Berichts beauftragten Mitarbeitern;
- Nachvollzug der relevanten Dokumentation über die Implementierung und Funktion der relevanten Systeme und Prozesse zur Erhebung und Analyse der mit dem Symbol ✓ gekennzeichneten Angaben im CR-Bericht;
- Analytische Beurteilung ausgewählter CR-Angaben;
- Besuch ausgewählter Standorte sowie Durchführung standortbezogener Befragungen sowie Daten- und Plausibilitätsprüfungen;
- Prüfung der Darstellung und Untersuchung hinsichtlich der Deckung der RECS Zertifikate für den Elektrizitätsbedarf des Telekom Konzern in Deutschland;
- Stichprobenhafte Einholung von Nachweisen über die Richtigkeit der mit dem Symbol ✓ gekennzeichneten Angaben, u.a. durch Einsichtnahme in interne Dokumente, Verträge, Rechnungen und Berichte von externen Dienstleistern sowie durch die Analyse von Daten, die als Berichte aus IT-Systemen generiert wurden.

Wesentliche Feststellungen und Urteile
Feststellungen hinsichtlich des AA1000 AccountAbility Prinzips **„Inclusivity“**:

- Das Stakeholdermanagement wird auf Konzernebene durch die zentrale Funktion „CR Communication & Stakeholder Management“ im Rahmen des Corporate Responsibility-Bereichs gesteuert. In diesem Bereich wurde das Projekt „Stakeholder-Engagement-Strategie“ weiter vorangetrieben. Damit wird das Ziel verfolgt, die Beziehungen des Unternehmens mit seinen Stakeholdern zielgerichtet zu gestalten und ein Stakeholdermanagementsystem und Stakeholder Engagement konzernweit systematisch zu implementieren und umzusetzen.
- Die Prinzipien des Stakeholder Engagements der Deutschen Telekom AG sind in Übereinstimmung mit den AA1000-AccountAbility-Prinzipen definiert worden.
- Es konnte nachvollzogen werden, dass die Deutsche Telekom Prozesse eingerichtet hat, welche dem Austausch mit Stakeholdern dienen und die Einbindung von Stakeholdern in Entscheidungsprozesse unterstützen. Auf Ebenen ausgewählter Fachbereiche werden Stakeholder in Projekte aktiv einbezogen.
- International wird die Einbeziehung von Stakeholdern auf Ebene der Landesgesellschaften organisiert. Dabei findet ein regelmäßiger Austausch der Zentralfunktionen auf Konzernebene mit den Landesgesellschaften statt. Es konnte nachvollzogen werden, dass auf Ebene der ausgewählten Tochtergesellschaften Stakeholder regelmäßig einbezogen werden (z.B. durch Befragungen, Workshops oder Dialog-Formate). Der internationale Roll-out der Stakeholder-Engagement-Strategie wurde im Berichtszeitraum initiiert (Workshop des internationalen CR-Manager Netzwerks im April 2012).

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

- Im Rahmen des Materiality-Prozesses werden wesentliche CR-Themen unter Einbindung interner und externer Stakeholder systematisch ermittelt und in den Wesentlichkeitsmatrizen des CR-Berichts der Deutschen Telekom AG dargestellt.

- Im Rahmen des Materiality-Prozesses sind Themen zu den drei Handlungsfeldern der Deutschen Telekom AG bewertet worden. Die drei Handlungsfelder stellen wesentliche Säulen der CR-Strategie dar, welche in direktem Zusammenhang mit dem Kerngeschäft der Deutschen Telekom stehen.Im Rahmen der zentralen Stakeholdereinbeziehung werden Erwartungen von einzelnen Stakeholdergruppen zielgerichtet aufgenommen, bewertet und können somit innerhalb der CR-Berichterstattung, der weiteren CR-Kommunikation und der strategischen Ausrichtung des CR-Bereichs berücksichtigt werden.

- Durch die Internationalisierung des Materiality-Prozesses hat die Deutsche Telekom AG begonnen die Identifizierung der wesentlichen CR Themen in den einzelnen Landesgesellschaften zu vereinheitlichen. Hierzu wurde ein „Manual“ erstellt, das den Landesgesellschaften als Handlungsleitfaden dienen soll.

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

- Die von uns stichprobenhaft durchgeführten Befragungen und eingeholten Nachweise belegen, dass Reaktionsprozesse auf Stakeholderanfragen angemessen stattfinden.

- Es konnte festgestellt werden, dass mit den Prinzipien der GRI geeignete Leitlinien zur CR-Berichterstattung verwendet werden.

- Die Kommunikation mit Stakeholdergruppen erfolgt über verschiedene Kommunikationskanäle und ist thematisch ausgewogen.

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

Weiterhin sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit dem Symbol gekennzeichneten Angaben und Seiten des CR-Berichts für das Kalenderjahr 2012 in allen wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3.1 (S. 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

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

- Weiterentwicklung des Stakeholdermanagements, insbesondere:
  - Fortsetzung der systematischen Implementierung des zentralen Stakeholder Management Ansatzes auf internationaler Ebene sowie im Bereich des Lieferantenmanagement.
  - Weitere Vereinheitlichung und Standardisierung der Materialitätsanalyse, um den Grad der Vergleichbarkeit weiter zu erhöhen.
- Ausbau der konzernweiten Steuerungsfunktion zum Thema Nachhaltigkeit, u.a.:
  - Der Datenerfassung auf zentraler Ebene vorgelagerte Prozesse zur Erhebung und Ermittlung von CR-Daten sollten noch stärker standardisiert und dokumentiert werden.
  - Definition interner Kontrollprozesse für alle wesentlichen Kennzahlen in dokumentierter Form.

Düsseldorf, May 24, 2013

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Hendrik Fink Aissata Touré
Wirtschaftsprüfer (German Public Auditors)

[I] „Moderate assurance“ as defined by AA1000AS (2008) is the same as „limited assurance“ as defined by ISAE 3000 .

[II] „High assurance“ as defined by AA1000AS (2008) is the same as „reasonable assurance“ as defined by ISAE 3000 .

STRATEGIE & MANAGEMENT.

Internationaler Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden – das ist das strategische Ziel der Deutschen Telekom. Das bedeutet für uns, auch in der Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung mit gutem Beispiel voranzugehen: Wir möchten als verantwortungsvolles Unternehmen eine führende Rolle in unserer Branche einnehmen und mit unserer CR-Strategie schon heute die Voraussetzungen für langfristigen Unternehmenserfolg schaffen. Um unseren Fortschritt konzernweit transparent darstellen und überprüfen zu können, haben wir seit 2011 die Landesgesellschaften in die Erhebung aller CR Key Performance Indikatoren integriert. Auch unsere Interessengruppen binden wir systematisch in unsere CR-Aktivitäten ein und haben 2011 eine Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung entwickelt. Zu ihren Erwartungen an uns befragen wir sie regelmäßig im Rahmen eines gestuften Materiality-Prozesses. 2012 hat die Telekom basierend auf dem international anerkannten AA1000-Standard neue Instrumente zu einem vorbildlichen Stakeholder-Management eingeführt. Sie leiten unsere Mitarbeiter auf verschiedenen Ebenen im Umgang mit den Stakeholdern an und motivieren sie, die Anliegen der Stakeholder zum Vorteil unseres Unternehmens in ihrem Handeln zu berücksichtigen.

VISION.

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

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

WERTE & LEITLINIEN.

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

GUIDING PRINCIPLES: KONZERNWEIT GÜLTIGE LEITLINIEN.

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

Die fünf Guiding Principles der Telekom:

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

Im Jahr 2010 haben wir begonnen, die Guiding Principles in vier Phasen konzernweit bei allen Gesellschaften der Deutschen Telekom Group zu etablieren. Die Leitlinien sind inzwischen in 19 Sprachen verfügbar sowie in 34 Ländern und 50 Geschäftseinheiten verankert.

Die Leitlinien sind Bestandteil zentraler Instrumente der Personalarbeit und haben große Bedeutung für eine vertrauensvolle Zusammenarbeit und die Fähigkeit, die Kunden zu begeistern. In unseren regelmäßigen Mitarbeiterbefragungen ermitteln wir, wie unsere Mitarbeiter die Leitlinien im Alltag erleben. Zudem führen wir konzernweit kurze Pulsbefragungen zur Zufriedenheit unserer Mitarbeiter und zu ihrem Verständnis der Konzernstrategie durch. In jeder der vier Implementierungsphasen wurde hierbei je eine spezielle Frage zu den Leitlinien untersucht. 2012 führten wir nach Abschluss der Implementierung in den Marktgebieten von T-Systems sowie in Deutschland und den meisten EU-Ländern die inzwischen vierte Pulsbefragung durch. Dabei baten wir unsere Mitarbeiter um ihr Ja oder Nein zu der Aussage: „Ich erlebe, dass die Leitlinien in der täglichen Arbeit gelebt werden." Im April 2012 erhielten wir von 61 Prozent der Mitarbeiter hierauf eine positive Antwort, im Oktober 2012 waren es 63 Prozent.

Diese ersten Ergebnisse entsprachen unseren Zielvorstellungen. Erkennbar wird aber auch, dass bei der Kommunikation der Guiding Principles noch Verbesserungspotenzial besteht. Hierfür ist für 2013 ein ganzes Bündel von Maßnahmen geplant:

- In Bereichen mit Befragungsergebnissen unterhalb von 60 Prozent werden wir die Leitlinien vertieft diskutieren.
- Unter anderem sollen Diskussionsrunden mit Führungskräften über unsere Unternehmensstrategie und -werte durchgeführt werden. Hierfür werden wir beispielsweise das bei T-Systems etablierte Format „Talking Straight" nutzen.
- Unser Vorstandsvorsitzender sowie die Vorstände für Finanzen und Personal werden sich mit Videobotschaften zu den Guiding Principles an unsere Beschäftigten wenden.
- Kontinuierlich sollen geschäftliche Themen in Verbindung mit den Leitlinien kommuniziert werden.
- Inhaltlich haben wir an dem ersten Guiding Principle eine Fokussierung auf den Aspekt der Einfachheit vorgenommen, den wir intensiver kommunizieren wollen.
- Ende 2013 werden wir das fünfjährige Bestehen der Leitlinien konzernweit feiern.

VERANKERUNG DER UNTERNEHMENSWERTE AM TAG DER LEITLINIEN.

Um die Guiding Principles im Arbeitsalltag erlebbar zu machen, findet jährlich konzernweit ein „Tag der Leitlinien" statt. Jeder Mitarbeiter ist aufgerufen, sich an diesem Tag vorrangig mit den Leitlinien und ihrer Umsetzung im Alltag auseinanderzusetzen.

Der dritte Leitlinien-Tag der Deutschen Telekom fiel auf den 26. September 2012. Wiederum waren alle Mitarbeiter aufgerufen, den Tag mit eigenen Aktivitäten zu gestalten, alle Vorstände brachten sich dabei aktiv ein. Reinhard Clemens, Vorstandmitglied für Geschäftskunden/T-Systems, tauschte sich beispielsweise mit dem bereichsübergreifenden „De-Mail-Team" über den bisherigen Projektstand und deren Erfolge aus. Claudia Nemat, Vorstandsmitglied Europa und Technik, stellte sich in einem Blog der Diskussion zum Thema Unternehmenskultur. Auch Vorstandsvorsitzender René Obermann diskutierte mit unseren Mitarbeitern per Blog über die Leitlinien.

Marion Schick, Personalvorstand der Deutschen Telekom AG, formulierte in einer Videobotschaft an die Mitarbeiter ihre Erwartungen an die Guiding Principles und fasste die Erfahrungen der vorhergehenden zwei Jahre seit Einführung der Leitlinien zusammen. Sie beteiligte sich an einer Diskussion zu den Guiding Principles mit René Obermann und weiteren Beschäftigten auf dem Telekom Social Network. In der Hauptstadtrepräsentanz begrüßte Marion Schick Mitarbeiter von T-Labs und

T-Systems zu einem „Get-together“, mit dem Ziel, offen und ehrlich über die Leitlinien zu diskutieren. Dabei wurden Herausforderungen wie der Umgang mit komplexen, nicht abgestimmten Prozessen oder der Abbau hierarchischer Tendenzen vertrauensvoll angesprochen. Zugleich wurden vorbildliche Lösungen beispielsweise zur effizienteren Gestaltung von Konferenzen präsentiert.

Konzernweit wurde der Tag mit zahlreichen Aktionen begangen, um zu zeigen, in welcher Form die Leitlinien bei der Telekom gelebt werden. Hierzu präsentierten unsere Mitarbeiter an vielen Standorten im In- und Ausland kreative Ideen für die Umsetzung der Leitlinien und Beispiele für ihr soziales Engagement. Einkünfte aus Verkaufsaktionen gingen an die Telekom-Initiative „Ich kann was!“ oder wurden für andere soziale Zwecke gespendet. Mitarbeiter der mazedonischen, polnischen und montenegrinischen Landesgesellschaften beteiligten sich an unterschiedlichen Kunst- und Fotoaktionen. Bei T-Mobile USA veranstalteten die Mitarbeiter eine Schulterblick-Kampagne mit dem Ziel, das Verständnis für die Arbeit des anderen zu vertiefen.

Wie immer beteiligten sich wieder viele Auszubildende am Tag der Leitlinien: In München gestalteten sie gemeinsam einen sechssprachigen Flyer zu den fünf Leitlinien. Erfurter Auszubildende inszenierten ein Theaterstück namens „T-Wittchen“. Die jungen Kollegen aus Magdeburg nutzten ihren Berufsschulunterricht, um andere Mitschüler über die Bedeutung des Leitlinien-Tags zu informieren. Die Hamburger starteten zum Ausklang ihres Leitlinien-Tags Luftballons mit Postkarten zu den Leitlinien und persönlichen Grüßen an die Welt.

Der Tag der Leitlinien ist bei der Telekom konzernweit fest etabliert. 2013 werden wir ihn am 25. September begehen.

KONZERNWEITE EINFÜHRUNG DES CODE OF CONDUCT.

Unser Code of Conduct legt seit 2006 klare Verhaltensanforderungen für die tägliche Arbeit fest. Er gilt weltweit für alle Beschäftigten des Telekom Konzerns. Der Code of Conduct verknüpft unseren Anspruch, Recht und Gesetz einzuhalten, mit unseren Anforderungen an ethisches Verhalten und den Vorgaben der Guiding Principles.

Aufgrund gestiegener gesellschaftlicher Anforderungen an regelkonformes und rechtlich einwandfreies Verhalten und der Einführung der Guiding Principles Anfang 2009 haben wir im Jahr 2010 unseren Code of Conduct weiterentwickelt. Im Juni 2011 schlossen wir die Einführung des im Vorjahr überarbeiteten Code of Conduct in Deutschland erfolgreich ab. Mit einem multimedialen Schulungspaket für Führungskräfte und dem online angebotenen Arbeitstool „Code of Conduct Interactive“ unterstützten wir unsere Mitarbeiter bei der Umsetzung. Parallel setzten wir die Implementierung in den internationalen Einheiten fort. Bis Ende 2012 wurde der Code of Conduct in allen vollkonsoliderten Konzerngesellschaften eingeführt. Diesen Prozess begleiteten wir über die Pulsbefragung bis Ende 2012.

CR-STRATEGIE.

Die Deutsche Telekom will weltweit Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten werden. Zugleich streben wir auch in der Übernahme von gesellschaftlicher und ökologischer Verantwortung eine führende Rolle in unserer Branche an.

Mit unserer konzernweiten CR-Strategie bekennen wir uns zu den Grundsätzen einer nachhaltigen Unternehmensführung. Sie ist aus der Konzernstrategie abgeleitet und gibt auch den internationalen Landesgesellschaften einen Handlungsrahmen für die Umsetzung von CR in ihren Einflussbereichen vor. Um die Umsetzung der Strategie und die Realisierung unseres Führungsanspruchs überprüfen zu können, messen wir unsere CR-Leistung regelmäßig mithilfe von CR Key Performance Indikatoren (CR KPI).

PROJEKT „FÜHREND SEIN“ ÜBERFÜHRT IN SYSTEMATISCHE GAP-ANALYSEN.

Der zentrale CR-Bereich entwickelte 2010 in dem von ihm initiierten Projekt „Führend sein“ einen Kriterienkatalog zur Integration von CR in zentrale Geschäftsprozesse. Der Kriterienkatalog berücksichtigt die spezifischen Herausforderungen der ICT-Branche und steht im Einklang mit bestehenden Unternehmenszielen und der CR-Strategie. Er trägt wesentlich dazu bei, CR dauerhaft im Kerngeschäft zu verankern und den Nachhaltigkeitsgedanken im gesamten Konzern zu etablieren.

Das Projekt „Führend sein“ wird ab 2013 in systematische Gap-Analysen überführt, auf deren Basis wir unser Engagement überprüfen, um eine führende Rolle in der Branche einnehmen zu können. Dabei erheben wir die Lücken im Rahmen der Stakeholder-Dialoge und unserer Mitgliedschaft im Global Compact LEAD sowie auf Basis der Analyse unserer Ratingergebnisse.

HANDLUNGSFELDER.

Der technologische Fortschritt sowie zeit- und standortunabhängige Kommunikation verändern unser Leben von Grund auf. Mit nachhaltigen Produkten und Lösungen sowie Initiativen, beispielsweise zum Klimaschutz, will die Deutsche Telekom zu einer besseren Vernetzung von Leben und Arbeiten, einer chancengerechten Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft und zum Klimaschutz beitragen. Vom Engagement der Telekom in diesen drei mit unserem Kerngeschäft unmittelbar verbundenen CR-Handlungsfeldern profitieren unter anderem unsere Kunden und Mitarbeiter, Lieferanten, Investoren, unsere Umwelt und die Gesellschaft.

... FÜR VERNETZTES LEBEN UND ARBEITEN.

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

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

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

.... FÜR EINE KLIMAFREUNDLICHE GESELLSCHAFT.

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

CR KEY PERFORMANCE INDIKATOREN.

Zur Steuerung ihrer CR-Leistung nutzt die Telekom sieben konzernweit gültige Kennzahlen – die CR Key Performance Indikatoren (CR KPI). Sie dienen als Steuerungsinstrument, das eine systematische, transparente und kontinuierliche Optimierung unserer Leistungen erleichtert. Um in Verbindung mit den CR KPI stehende Zielgrößen zu definieren, führen wir derzeit Diskussionen auf internationaler Ebene.

Die CR KPI sind in zwei Kategorien unterteilt:

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

CR KPI 2012 OBLIGATORISCH.

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

Die CR KPI übernehmen eine ähnliche Rolle wie finanztechnische Steuerungsgrößen, die im Geschäftsbericht dargestellt werden. Damit erfüllen sie unter anderem eine wichtige Voraussetzung, um künftig Finanz- und CR-Berichterstattung zu integrieren. Zugleich dokumentieren wir mit ihnen unseren Willen, CR stärker im Kerngeschäft der Telekom zu verankern. 2012 hat die Telekom folgende CR KPI erfasst:

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

Im Berichtszeitraum wurde die Erfassung der für die CR KPI grundlegenden Daten weiter systematisiert. Die Indikatoren „Nachhaltiges Investment" sowie „Nachhaltiger Einkauf" werden generell nur zentral erfasst; der CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR" wird über die Mitarbeiterbefragung erhoben. Die Werte zu den übrigen vier CR KPI wurden 2012 mit dem zentralen CR-Datenerfassungssystem ermittelt. Dabei wurden auch alle Landesgesellschaften einbezogen. Die Daten für die CR KPI „Handy-Rücknahme" und „Gesellschaftliches Engagement" konnten hierbei jedoch nicht in vollem Umfang erfasst werden, da noch nicht alle Landesgesellschaften Rücknahmeprogramme implementiert haben oder über eine landesspezifische Definition für gesellschaftliches Engagement verfügen. Die Erhebung der beiden KPI wurde gegenüber dem Vorjahr dennoch ausgeweitet. So wurden 2012 beim CR KPI „Handy-Rücknahme" drei und beim CR KPI „Gesellschaftliches Engagement" zwei neue Landesgesellschaften in die Datenerfassung aufgenommen.

Im Hinblick auf eine künftige integrierte Berichterstattung von CR- und Geschäftsbericht werden wir integrierte Prozesse in der CR- und Finanzdatenerfassung stärken und bei der Erhebung der CR KPI verstärkt mit dem Finanzbereich zusammenarbeiten. Im Rahmen der begonnenen Integration haben wir erstmals den CR KPI „Nachhaltiger Einkauf" auch in unserem Geschäftsbericht 2012 veröffentlicht.

CR KPI MIT KONZERNWEITEN ZIELEN.

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

- Mit dem CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)" messen wir unsere Fortschritte im Bereich nachhaltiges Investment. Er bildet ab, welcher Aktienanteil der Deutschen Telekom AG von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt.

- Der CR KPI „Mitarbeiterzufriedenheit CR" ermittelt die Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit dem CR-Engagement der Telekom. Die Messung findet auf Basis der Mitarbeiterbefragung statt, die wir alle zwei Jahre pro Einzelgesellschaft durchführen.

- Der CR KPI „Nachhaltiger Einkauf" misst den Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferanten, bei denen innerhalb der Unternehmensgruppe eine oder mehrere Konzerngesellschaften auf die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards überprüft wurden. Dies gilt auch, wenn Audits bei Vorlieferanten durchgeführt wurden. Der CR KPI gibt den Anteil des via Self-Assessments, Präqualifikationsfragebogen und/oder Audits abgedeckten Beschaffungsvolumens am Gesamtbeschaffungsvolumen an.

Den 2011 von uns angekündigten CR KPI „Nachhaltige Produkte" zur Messung der Nachhaltigkeitsleistung unseres Produktportfolios wird es aufgrund der Reorganisation in der Konzernzentrale vorläufig nicht geben. Beim Thema „Nachhaltige Produkte" wird sich die Konzernzentrale auf die strategische Anleitung und Bereitstellung von Informationen zur dezentralen Umsetzung in den Konzerngesellschaften fokussieren.

CR KPI MIT LANDESSPEZIFISCHEN ZIELEN.

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

- Anhand des CR KPI „CO_2-Emissionen“ ermitteln wir die CO_2-Reduktion bezogen auf das Basisjahr 2008. Bis 2020 streben wir in Deutschland eine Reduktion der CO_2-Emissionen um 30 Prozent gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 an.

- Der CR KPI „Energieverbrauch“, mit dem wir unseren Stromverbrauch messen, basiert auf dem Monetary Power Efficiency Indicator (MPEI). Dieser weist die Menge an verbrauchtem Strom in Bezug zum Umsatz aus.

- Mit dem CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ messen wir unser gesellschaftliches Engagement über die Wahrnehmung der CR-Aktivitäten der Telekom in der Öffentlichkeit.

- Der CR KPI „Handy-Rücknahme“ stellt die pro Konzerngesellschaft gesammelten Mobilfunk-Geräte gemessen in Stückzahl der Anzahl der Kunden der jeweiligen Konzerngesellschaft gegenüber.

Obwohl die Erfassung der genannten vier CR KPI seit Anfang 2012 für sämtliche Landesgesellschaften obligatorisch ist, konnten nicht alle die benötigten Daten für die Indikatoren „Handy-Rücknahme“ und „Gesellschaftliches Engagement“ liefern: Einzelne Landesgesellschaften verfügen bisher nicht über ein Rücknahmeprogramm oder eine landesspezifische Definition von „gesellschaftlichem Engagement“. Dennoch konnten wir im Berichtszeitraum einen höheren Abdeckungsgrad in der Datenerfassung für diese beiden KPIs erreichen.

SOCIALLY RESPONSIBLE INVESTMENT.

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

Im Jahr 2012 wurden 12 Prozent der T-Aktien von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. 2 Prozent der T-Aktien wurden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI-Gesichtspunkten managen.

Den Anteil an Aktien, der von Investoren gehalten wird, die in ihren Investitionsentscheidungen zumindest teilweise Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigen, wollen wir kontinuierlich steigern und messen ihn deshalb durch den CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“.

POSITION IN RANKINGS UND RATINGS BEHAUPTET.

Wie in den Jahren zuvor nahmen auch 2012 Anzahl, Umfang und Detailtiefe der bestehenden Ratinganfragen zu. Bewusst entscheidet sich die Deutsche Telekom für die Teilnahme an Ratings, die für nachhaltig orientierte Stakeholder – insbesondere Investoren – relevant sind.

Im Berichtsjahr war die T-Aktie wie bereits in den Vorjahren in den wichtigsten Indizes und Rankings für sozial verantwortungsvolles Investment (Socially Responsible Investment – SRI) gelistet. Hierzu zählen die Dow Jones Sustainability Indizes World und Europe, der FTSE4Good Index und der StoXX Global ESG Leaders Index. Zudem konnten wir unsere Unternehmensbewertung in einigen Ratings weiter verbessern: So erhielten wir im Berichtsjahr erneut das Prädikat „Prime Company“ der Ratingagentur Oekom und kletterten im Rating der Schweizer Agentur SAM um weitere drei Punkte auf 82 Zähler (von maximal 100). Die folgende Tabelle gibt einen Überblick über die Listung der T-Aktie in wesentlichen Nachhaltigkeitsindizes.

Rating-Agentur	Indizes/Prädikate/Ranking	Erfolge Index-Listing			
		2012	2011	2010	2009
SAM	DJSI World	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✓	✓	✓	✓
Oekom	„Prime"	✓	✓	✓	✓
VIGEO	ASPI	✓	✓	✓	✓
	ESI	✗	✓	✓	✓
imug/EIRIS	FTSE4Good	✓	✓	✓	✓
Sarasin	DAX Global Sarasin Sustainability	✓	✓	✓	✓
CDP	Carbon Disclosure Leadership	✗	✗	✗	✗
	Carbon Performance Leadership (neu seit 2010)	✗	✗	✓	n.a.
MSCI[a]	MSCI Global Climate	✗	✓	✓	✓
Newsweek 2012 Green Rankings	Rank Germany #5, Global #41, Technology #7	✓	✓	✓	n.a.
STOXX	STOXX Global ESG Leaders (neu seit 2011)	✓	✓	n.a.	n.a.

INTERNATIONALISIERUNG.

Unser Anspruch, als verantwortungsvolles Unternehmen mit an der Spitze unserer Branche zu stehen, erfordert ein koordiniertes Vorgehen aller Einheiten des Konzerns. Hierfür haben wir in den unterschiedlichen Gesellschaften eine starke Steuerungsstruktur geschaffen, mit der wir weltweit unsere wesentlichen CR-Ziele umsetzen. Dabei orientieren wir uns an den drei strategischen CR-Handlungsfeldern unserer CR-Strategie. Ein großer Teil der rund 20 aktuell im CR-Manager-Netzwerk vertretenen Landesgesellschaften hat diese Handlungsfelder mittlerweile in seine lokale Strategie übernommen.

INTERNATIONALE KOOPERATION IM CR-MANAGER-NETZWERK.

Für die operative Umsetzung der CR-Strategie sind die CR-Manager der jeweiligen Geschäftsfelder und Landesgesellschaften verantwortlich. Um die konzernweite Zusammenarbeit zu intensivieren, wurde 2008 das internationale CR-Manager-Netzwerk ins Leben gerufen. 2012 gehörten dem Gremium rund 20 Landesgesellschaften an. Im Rahmen regelmäßiger Treffen und Telefonkonferenzen tauschen sich die CR-Manager zu aktuellen Themen und Best-Practice-Beispielen aus. Zudem arbeiten die Landesgesellschaften in themenspezifischen Arbeitsgruppen zusammen.

2012 konzentrierte sich das Netzwerk vor allem auf die Entwicklung einer einheitlichen strategischen Herangehensweise an die Themen Abfallreduktion und Ressourceneffizienz im Konzern. Einen weiteren Schwerpunkt bildete die internationale Umsetzung des Programms „engagement@telekom“ in den Landesgesellschaften. Vorangetrieben wurde außerdem das Thema integrierte Geschäfts- und CR-Berichterstattung.

CR Manager Meetings.
Im Berichtszeitraum veranstaltete die Telekom zwei Netzwerktreffen ihrer CR-Manager:

Das neunte CR Manager Meeting fand am 23. und 24. April in Bonn statt: Neben den oben genannten Punkten wurde dort über die Arbeit der internationalen Climate Change Working Group informiert und das Projekt „Product Carbon Footprint “ erklärt. Außerdem beschäftigten sich die Teilnehmer im Rahmen eines eigenen Workshops mit der Stakeholder-Engagement-Strategie der Telekom. Die Workshopergebnisse leisteten anschließend einen Beitrag zur inhaltlichen Ausgestaltung des „Wegbegleiters für erfolgreiche Stakeholder-Einbeziehung“.

Gastgeber des zehnten CR Manager Meetings am 19. und 20. November in Wien war T-Systems Austria. Außer den übergeordneten Themen des Netzwerks standen zwei Gastvorträge auf der Agenda des Treffens: Ein Vertreter der Europäischen Kommission stellte die neue EU-CSR-Richtlinie vor. Thema des zweiten Vortrags waren Unternehmensstrategien und Nachhaltigkeit. Um den wirtschaftlichen Nutzen der Nachhaltigkeit zu verdeutlichen, wurden in diesem Bereich führende Unternehmen im Hinblick auf Motivatoren, strategische Absicht, Kommunikationsansatz und innovatives Denken miteinander verglichen.

„Earth Hour 2012“.
Mehrere Landesgesellschaften beteiligten sich gemeinsam am 31. März 2012 mit zahlreichen Aktionen an einem symbolträchtigen Akt zur Sensibilisierung der Menschen für die Bedürfnisse unseres Planeten, der sogenannten Earth Hour 2012: Als an unzähligen Gebäuden und Sehenswürdigkeiten abends im Namen des Klimaschutzes für 60 Minuten das Licht ausgeht, ist die Telekom auf fünf Kontinenten dabei. So veranlasst sie unter anderem die Abschaltung der Beleuchtung am Berliner Fernsehturm und veranstaltet kulturelle Aktionen wie beispielsweise dem von Magyar Telekom organisierten „Unplugged“-Konzert an der Budapester Kettenbrücke: Mit dem weltweiten Abschalten der Beleuchtung begann, den Zeitzonen folgend, T-Systems Malaysia um 20:30 Uhr Malaysia Time. Den Abschluss machte T-Mobile USA 16 Stunden später um 20:30 Uhr Pacific Standard Time in Kalifornien.

CR GEWINNT IN VIELEN LANDESGESELLSCHAFTEN AN BEDEUTUNG.

Neue CR-Manager in den USA, Tschechien und Polen.
Für die konzernweite praktische Umsetzung unserer CR-Strategie sind qualifizierte CR-Mitarbeiter verantwortlich. Dazu haben im Jahr 2012 mehrere Landesgesellschaften neue CR-Manager ernannt.

- T-Mobile USA beschäftigt seitdem einen neuen Program Manager für CR & Supplier Diversity und einen Senior Program Manager für Diversity & Inclusion.
- Bei T-Systems Slovakia ist der neue CR-Manager bei Corporate Communications angesiedelt und für alle CR-Aktivitäten verantwortlich.
- Bei der polnischen Landesgesellschaft PTC sind die neu eingerichteten Positionen des Corporate Responsibility Chief Specialist und des Corporate Responsibility Senior Specialist ebenfalls im Bereich Corporate Communications angesiedelt.

Neue CR-Boards in Österreich, Tschechien, Polen und Rumänien. Angesichts der zunehmenden Bedeutung von Corporate Responsibility im Telekom Konzern wurden in mehreren Ländern CR-Boards eingerichtet.

- So wurde bei T-Systems Czech Republic ein CR-Board im Marketingbereich gegründet.
- Auch bei T-Mobile Austria wurde ein CR-Board implementiert. Es setzt sich zusammen aus Vertretern aller Unternehmensbereiche.
- Die polnische Gesellschaft PTC richtete ebenfalls ein CR-Board ein. Darin vertreten sind die Leiter der am stärksten mit CR befassten Bereiche – Corporate Communications, Human Resources (HR), Marketing & Vertrieb, IT & Netz, Facility-Management, Einkauf, Finanzen, Recht & Compliance, Strategie & Regulierung – sowie ein Arbeitnehmervertreter.

Das Internal Communications & CR Office bei Cosmote Romania hat seit April 2012 eine stärkere Position: Der Bereich Corporate Affairs, in dem das CR Office angesiedelt ist, ist jetzt direkt dem Vorstandsvorsitzenden von Cosmote Romania unterstellt.

T-Systems Iberia: CR-Ausschuss und CR-Masterplan umstrukturiert. Anfang 2013 wurden der CR-Masterplan und der CR-Ausschuss umstrukturiert. Der neue Ausschuss tritt im ersten Jahr alle zwei Monate zusammen, um eine Reihe wichtiger Veränderungen in der Umsetzung der Corporate Responsibility bei T-Systems Iberia zu begleiten.

NEUE CR ORGANISATIONSSTRUKTUR BEI OTE UND COSMOTE.

In Griechenland haben OTE und Cosmote eine neue Organisationsstruktur eingeführt, die ihren gemeinsamen CR-Ansatz reflektiert. In der praktischen Umsetzung betrifft das den Bereich Corporate Communications bei OTE. Dazu gehören die Abteilungen Corporate Responsibility und Umweltmanagement für Festnetz- und Mobilfunk-Telefonie. Im Rahmen der neuen Organisationsstruktur wurde auch ein gemeinsames CR-Team aus 50 Vertretern von OTE und Cosmote gebildet, die unternehmensweit als Botschafter für CR-Themen fungieren sollen. Dafür wurde ein spezieller Management-Aktionsplan mit dem Fokus auf Bildung, Teilhabe und Unterhaltung entwickelt. Ein weiterer wichtiger Schritt war die Gründung eines Umweltausschusses, der mit der Entwicklung einer gemeinsamen Umweltstrategie für OTE und Cosmote begonnen hat. Die CR-Strategie von OTE und Cosmote ist jeweils in die zentrale Unternehmensstrategie eingebunden, wobei die drei wichtigsten Unternehmensziele mit spezifischen CR-Projekten beziehungsweise -Initiativen verknüpft sind. Schließlich wurden CR-Kennzahlen als Kriterien für die Beurteilung und die persönlichen Ziele bestimmter Mitarbeiter des gemeinsamen CR-Teams verankert. Dies gilt insbesondere für die Teammitglieder, die mit dem Umweltmanagementsystem befasst sind.

Bei Romtelecom, der rumänischen Tochtergesellschaft von OTE, wurden wichtige erste Fortschritte bei der Koordinierung der CR-Aktivitäten mit der CR-Strategie von OTE erzielt. Romtelecom hat zwar keine bereichsübergreifende Struktur für die formelle Koordinierung von CR-Aktivitäten, bei denen es in erster Linie um Sponsoringprojekte geht. Dennoch werden diese Aktivitäten zentral von Corporate Communications und in Einzelfällen von den zuständigen Fachbereichen gesteuert, zum Beispiel von Human Resources (HR), wenn es um Personalangelegenheiten geht.

ERSTES CR-AUDIT NACH ISO 26000 IN POLEN.

Im Berichtszeitraum wurde die Auslandsgesellschaft PTC als erstes polnisches Unternehmen und gleichzeitig als erstes T-Mobile-Unternehmen nach ISO 26000 geprüft. Dabei wurden unter anderem die internen Prozesse des Unternehmens von einem unabhängigen Wirtschaftsprüfer beurteilt. Im Rahmen dieses CR-Audits nach ISO 26000 wurden 33 interne und externe Stakeholder und 54 Mitarbeiter befragt. Auf der Grundlage dieser Befragungen konnte PTC einen Stakeholder-Plan ausarbeiten, die Erwartungen von Mitarbeitern und Stakeholdern feststellen und der Öffentlichkeit klar und deutlich vermitteln, dass CR für PTC ein wichtiges Anliegen ist.

CR-PROGRAMM BEI T-SYSTEMS SLOVAKIA.

Im Berichtszeitraum wurde die CR-Strategie der Deutschen Telekom AG bei T-Systems Slovakia mit vielfältigen Aktivitäten in die Praxis umgesetzt. In mehreren langfristigen Kooperationsprojekten mit Bildungseinrichtungen leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag, um die Ausbildung von Talenten im ICT-Bereich zu verbessern und verstärkt an Markterfordernissen auszurichten. So wurde 2012 unter anderem ein ICT-Programm für Grundschulen eingeführt und die Kooperation mit weiterführenden Schulen intensiviert. Außerdem förderte T-Systems Slovakia im Jahr 2012 das ehrenamtliche Engagement seiner Mitarbeiter durch die Unterstützung von drei Initiativen:

- Teilnahme an den Aktionen „Tag der Erde“ (April) und „Unsere Stadt Košice“ (Juni),
- Unterstützung sozial benachteiligter Menschen in Zusammenarbeit mit NGOs und
- Hilfe für Not leidende Tiere ebenfalls in Zusammenarbeit mit NGOs.

Weitere entscheidende CR-Ziele sind die Förderung einer gesunden Work-Life-Balance der Mitarbeiter sowie die Senkung der CO_2-Emissionen des Unternehmens. Dazu unterstützte T-Systems Slovakia flexible

Arbeitszeiten und mobiles Arbeiten, förderte Telefon-, Daten- und Videokonferenzen sowie Parkplätze für Fahrräder, ersetzte alte IT-Technik durch energieoptimierte neue Geräte, verbesserte das Abfallmanagementsystem, reduzierte die Verwendung von Plastikbechern und verbesserte die Druckereffizienz durch Netzwerkdrucker mit PIN-geschütztem Druck.

T-MOBILE CZECH REPUBLIC CR-EVENT.

Im Berichtszeitraum nahm T-Mobile Czech Republic an einer Reihe von CR-Konferenzen teil. Im April 2012 war das Unternehmen Mitveranstalter einer Konferenz bei Bayer zum Thema „Gemeinsame Wertschöpfung als Unternehmensstrategie". Die Teilnehmer, bei denen es sich um Vertreter innerhalb ihrer Branche jeweils führender Großunternehmen handelte, erörterten aktuelle soziale Anliegen in Tschechien sowie verschiedene CR-bezogene Themen. Im Januar 2013 wirkte das Unternehmen mit an einer Konferenz über die gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen mit dem Titel „Antworten von Unternehmen auf gesellschaftliche Fragen". Die unter der Schirmherrschaft der US-Botschaft in Tschechien veranstaltete Konferenz wurde im vierten Jahr in Folge abgehalten. Die teilnehmenden Top-Manager diskutierten über Geschäftschancen, die sich aus sozialen und umweltpolitischen Fragen ergeben, sowie die daraus für die tschechische Gesellschaft entstehenden Vorteile. Auf der Konferenz kamen über 100 Vertreter der Wirtschaft und gemeinnütziger Organisationen zusammen.

GLOBUL NIMMT AN CR FOREN TEIL.

Globul, die bulgarische Tochtergesellschaft des OTE-Konzerns, nahm im Berichtszeitraum an folgenden CR-Foren teil:

- April 2012: Green Economy Forum
- Juni 2012: Balkan Green Economy Forum
- Juli 2012: Green Business Forum
- Dezember 2012: „Business with a Cause"-Konferenz

T-MOBILE AUSTRIA INFORMIERT.

T-Mobile Austria beteiligte sich 2012 mit Beiträgen zum Thema Wirtschaft am Europäischen Forum Alpbach und stellte dort Projekte des T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds (TUN-Fonds) vor. Das Europäische Forum Alpbach veranstaltet in dem Tiroler Bergdorf Alpbach jedes Jahr eine Tagung mit 2 000 bis 3 000 internationalen Gästen aus Wirtschaft, Wissenschaft und Politik. Vom 16. August bis zum 1. September 2012 diskutierten die Teilnehmer unter dem Motto „Zukunft und Jugend" über aktuelle Fragen der Zeit und interdisziplinäre Lösungsansätze.

T-HT HRVATSKI TELEKOM: STAKEHOLDER-DIALOG.

Im fünften Jahr in Folge veranstaltete T-HT Hrvatski Telekom im Oktober 2012 ihre Stakeholder-Dialogkonferenz zum Thema „Wachstum durch Wissen". Auf dieser Konferenz kommen weltweit führende Experten, Visionäre und Denker zusammen, um Wissen und fortschrittliche Ideen auszutauschen. Auf der Konferenz 2012 befasste sich der renommierte Physiker und Zukunftsforscher Dr. Michio Kaku mit der Frage, auf welche Weise die Naturwissenschaften unser tägliches Leben in den kommenden Jahrzehnten verändern werden. Sarah Lacy, eine weltweit anerkannte Autorin, die über Themen wie Innovation und Unternehmertum schreibt, sprach über inspirierende Unternehmer in der ganzen Welt und über Visionäre, die ganz auf Innovation setzen. Die Reichweite der Konferenz wurde durch den Einsatz von Blogs und Twitter noch erhöht.

MAGYAR TELEKOM DIALOGE.

Seit 1997 organisiert Magyar Telekom jedes Jahr eine Gesprächsrunde zum Thema Nachhaltigkeit für staatliche und nicht staatliche Organisationen, Wissenschaftsinstitute und Konzerngesellschaften in Ungarn. Ziel des im Juni 2012 veranstalteten runden Tisches war ein offener Dialog mit Stakeholdern über die Anforderungen an Magyar Telekom und die daraus erwachsenden Probleme. Außerdem ging es darum, eine solide Grundlage für gemeinsame Denkprozesse zu schaffen und gemeinsam eine nachhaltige Zukunft aufzubauen.

Fünfter Nachhaltigkeitstag in Ungarn.

Am fünften Nachhaltigkeitstag, zu dem Magyar Telekom im September 2012 einlud, nahmen 1 200 Personen teil. Das Ziel bestand darin, neue und unkonventionelle Ideen und Lösungen für nachhaltige Entwicklung vorzustellen, die sich im Laufe des vergangenen Jahres herausgebildet hatten. Bei den Podiumsdiskussionen ging es um das gesellschaftliche Engagement von Bürgern, ökologisch nachhaltige Siedlungsentwicklung, Green Economy und Umweltfestivals. Eine der Besonderheiten der Veranstaltung war der Auftritt eines Performancekünstlers, der zu den genannten Themen Gedichte improvisierte. Neben den Podiumsdiskussionen gab es interessante Programmangebote für Jung und Alt, darunter Ausstellungen und Konzerte sowie Gespräche in Kleingruppen. Die augenfälligste Installation der Veranstaltung war eine gigantische, 1,5 Tonnen schwere und 5 Quadratmeter große grüne Wand, die von den Besuchern gestaltet wurde. Der Tag endete mit einer Abschlussfeier, aus deren Erlösen Baumpflanzungen finanziert wurden.

BULGARIEN UND KROATIEN: PIONIERE DER CR-BERICHTERSTATTUNG.

Die meisten Landesgesellschaften der Deutschen Telekom veröffentlichen eigene Nachhaltigkeitsberichte. In vielen Fällen leisten diese Unternehmen in ihren jeweiligen Ländern Pionierarbeit in der CR-Berichterstattung.

Kroatien: Wichtige Fortschritte bei der CR-Berichterstattung.

Zum ersten Mal ließ T-HT Hrvatski Telekom, die kroatische Gesellschaft der Deutschen Telekom, ihren Nachhaltigkeitsbericht 2011 von der Glo-

bal Reporting Initiative (GRI) prüfen. Der Bericht wurde nach den GRI-Richtlinien erstellt und von PricewaterhouseCoopers geprüft. GRI bestätigte später die Anwendungsebene B+.

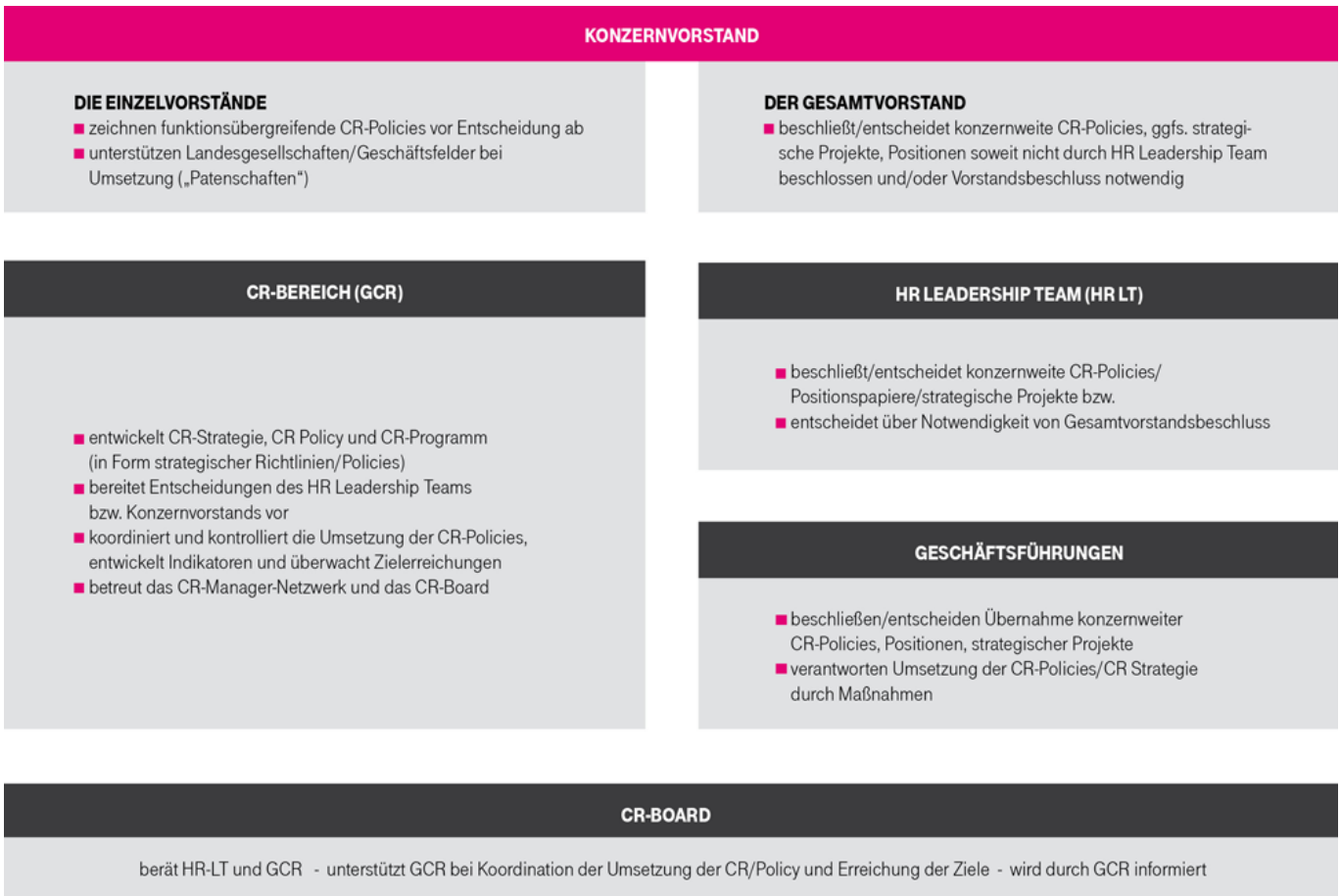
Globul veröffentlicht CR-Bericht als einziges bulgarisches Unternehmen.
Unter der Marke Globul veröffentlicht der bulgarische Mobilfunk-Anbieter Cosmo Bulgaria Mobile EAD (eine 100-prozentige Tochter von Cosmote) als landesweit einziges Unternehmen einen jährlich von der Global Reporting Initiative (GRI) geprüften CR-Bericht.

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.

CR-Governance.
Ab Januar 2013 hat die Telekom die neue, beim Personalvorstand verankerte Einheit Group Transformational Change & Corporate Responsibility eingerichtet. Deren Aufgabe in der neuen Führungsstruktur ist die Weiterentwicklung der bestehenden Unternehmenskultur mit einem Schwerpunkt auf den Themen Innovation, Eigenverantwortung, unternehmerische Initiative („Entrepreneurship“) und gesellschaftliche Verantwortung. Der CR-Bereich ist seit Januar 2013 hier verankert.

Mit der neuen Einheit Group Transformational Change & Corporate Responsibility stellt sich die Telekom den Herausforderungen einer sich rasch verändernden Gesellschaft. Ihr Ziel ist es, die mit dem Wandel zum Beispiel im Bereich der Demografie verbundenen Chancen zu ergreifen und die Telekom über Themen wie nachhaltige Innovationen zukunftsfähig zu machen. Hierzu baut sie ihre Rolle als Motor für gesellschaftliche Veränderung und Erneuerung weiter aus. Sie setzt dabei auf



Mut zur Erneuerung, neue Formen der vernetzten Zusammenarbeit, unternehmerische Initiative und bekennt sich dazu, gegenüber ihren Stakeholdern Rechenschaft abzulegen (Accountability).

Anfang 2013 wurde die CR-Governance-Struktur ergänzt durch das HR Leadership Team (HR LT). Dabei handelt es sich um ein Beratungs- und Beschlussgremium für den Vorstandsbereich Human Resources (HR), das sich aufgrund der aktuellen Geschäftsverteilung unter anderem mit den relevanten Aspekten von Corporate Responsibility befasst. Es trägt eine maßgebliche Verantwortung zur Verzahnung mit dem Konzernvorstand und entscheidet bei ausgewählten Themen über die Notwendigkeit eines Gesamtvorstandsbeschlusses. Dies ersetzt nicht die festgeschriebenen Kompetenzen des Konzernvorstands, sondern ergänzt sie lediglich. Das HR LT entscheidet über konzernweite Policies, Guidelines und bedeutsame inhaltliche Positionierungen zu CR sowie über die strategische Ausrichtung des Bereichs. Das HR LT setzt sich aus den Leiterinnen und Leitern eine Ebene unterhalb des Konzernvorstands HR zusammen und tagt zweimal im Monat. Die Leitung der Sitzungen übernimmt der Konzernvorstand HR.

CR-BOARD: KONZERNWEITE STEUERUNG DER CR-STRATEGIE.

Die Mitglieder des CR-Board haben sich im Jahr 2012 zweimal getroffen, um neueste Entwicklungen im Konzern, seinem gesellschaftlichen Umfeld sowie in den Märkten, in denen die Telekom tätig ist, zu diskutieren. Hierbei behandelte das CR-Board eine Vielzahl an Themen: Im April befasste es sich unter anderem mit der Klimaschutzstrategie der Telekom, mit nachhaltiger Beschaffung, dem Programm „engagement@telekom“ und Fragen zum Health, Safety & Environment (HSE) Management. Im Dezember standen Vorkehrungen im Jugend-Online-Schutz und CR-Herausforderungen in der Supply Chain im Mittelpunkt.

CR-BEREICH ALS ZENTRALE EINHEIT.

Für das strategische CR-Management und die CR-Fachkommunikation ist der CR-Bereich zuständig. Er hat im Berichtszeitraum die Umsetzung der CR-Strategie in allen Geschäftsfeldern und in den Landesgesellschaften koordiniert und gesteuert. Auf Konzernebene übernimmt der CR-Bereich in der Zusammenarbeit mit allen relevanten Abteilungen eine integrierende Funktion. Der Bereich plant und implementiert Projekte und Prozesse in den Bereichen Klima und Umwelt, Lieferantenmanagement, gesellschaftliches Engagement sowie Stakeholder-Einbeziehung.

2012 hat die Telekom begonnen, die Konzernverwaltung flexibler und effizienter zu organisieren. Die bisher sehr heterogene, zum Teil historisch gewachsene Struktur soll verschlankt und in drei klar voneinander getrennte Funktionsbereiche überführt werden: Group Headquarters als Impulsgeber, Group Service als Dienstleister sowie Finanz- und Human-Resources(HR)-Steuerung. Viele Kompetenzen sollen in diesem Zuge an die nationalen und internationalen Service-Einheiten vor Ort beziehungsweise an neu zu schaffende länderübergreifende Einheiten im europäischen Ausland abgegeben werden.

Von dieser Neustrukturierung ist unter anderem auch der CR-Bereich betroffen. Er wird sich künftig stärker auf seine Kernkompetenzen in der strategischen Steuerung des Themas CR konzentrieren und sich primär mit der Erneuerung, Kommunikation und Umsetzung von Leit- und Richtlinien befassen.

AUFBAU EINES KONZERNWEITEN CR-CONTROLLINGS.

Im Berichtszeitraum setzten wir den Zielsetzungsprozess für (CR KPI) Corporate Responsibility Key Performance Indikatoren fort. Damit schufen wir das Fundament für ein zentrales CR-Controlling. Es basiert auf dem seit 2009 bestehenden CR-Datenerfassungssystem und dient als Instrument zur Berichterstattung und konzernweiten CR-Steuerung.

Mithilfe des zentralen CR-Datenerfassungssystems wollen wir im gesamten Konzern einen transparenten CR-Reportingprozess sicherstellen. Das System unterstützt einheitliche und verbindliche Abläufe auf Konzern- und Landesebene. Alle CR-Daten und CR KPI werden in einem mehrstufigen Prozess validiert und zentral konsolidiert. Das trägt zu einem besseren Verständnis der quantitativen Entwicklung strategischer und operativer CR-Themen bei und erleichtert das Monitoring von Zielabweichungen. Auch konzerninterne Vergleiche („Benchmarks“) werden dadurch möglich. Um das Datenerfassungssystem stetig weiterzuentwickeln, veranstalten wir regelmäßig Feedbackrunden auf der Ebene des CR-Manager-Netzwerks. Auf dessen Treffen im November 2012 in Wien standen Diskussionen über Ziele und Planwerte der Indikatoren auf der Tagesordnung. Regelmäßig informieren wir außerdem das Management der Telekom über neue Entwicklungen bei der Datenerhebung.

Mit dem Ziel, einen besseren Überblick über die Entwicklung wichtiger Steuerungsgrößen zu erhalten, werden seit dem zweiten Quartal 2012 die Daten für die CR KPI „Energieverbrauch“ und „CO_2-Emissionen“ quartalsweise erfasst. Dies ermöglicht uns künftig ein zuverlässigeres Controlling und eine präzisere Steuerung unseres Energiemanagements und unserer Klimaschutzmaßnahmen. Im Hinblick auf eine künftige integrierte CR- und Geschäftsberichterstattung stärken wir außerdem integrierte Prozesse in der CR- und Finanzdatenerfassung und beziehen den Finanzbereich verstärkt ins CR-Controlling ein.

INTERNATIONALES CR-MANAGER-NETZWERK.

Für die operative Umsetzung der CR-Strategie sind die CR-Manager der jeweiligen Geschäftsfelder und Landesgesellschaften verantwortlich.

Um konzernweit intensiver zusammenzuarbeiten, wurde 2008 das internationale CR-Manager-Netzwerk ins Leben gerufen. 2012 gehörten dem Gremium rund 20 Landesgesellschaften an.

Im Rahmen des CR-Manager-Netzwerks findet unter den Landesgesellschaften ein intensiver Austausch statt. Im Jahr 2012 standen vor allem die Themen Abfall- und Ressourcenmanagement sowie engagement@telekom im Fokus. Bei den zweimal jährlich stattfindenden Netzwerktreffen und weiteren Telefonkonferenzen diskutieren die Teilnehmer über aktuelle Themen und Best-Practice-Beispiele und arbeiten in themenspezifischen Arbeitsgruppen zusammen.

Im Berichtszeitraum fanden zwei Netzwerktreffen der CR-Manager statt:
- das neunte „CR Manager Meeting“ am 23. und 24. April in Bonn und
- das zehnte „CR Manager Meeting“ am 19. und 20. November in Wien bei T-Systems Austria.

CLIMATE CHANGE GROUP.

Im Bestreben, ihren Beitrag zu einer klimaschonenden Gesellschaft zu leisten, hat die Telekom die Climate Change Group gegründet. Diese setzt sich aus unternehmensinternen Energie- und Klimaexperten zusammen und bezieht fallweise auch externe Fachleute ein. Die Climate Change Group hat den Auftrag, die Verringerung des Energiekonsums und der CO_2-Emissionen innerhalb der Telekom wirksam voranzutreiben. Dazu wirbt sie als Botschafterin innerhalb des Konzerns für ambitionierte Klimaschutzziele und -maßnahmen. Weiterhin ist sie beauftragt, ein konzernübergreifendes Klimaschutzziel zu entwickeln und dieses dem Vorstand zur Verabschiedung vorzulegen. Sie entwickelt außerdem Instrumente zur zentralen Steuerung, Überwachung und Kommunikation von Klimaschutzprojekten und sichert die Rahmenbedingungen für die Planung und Umsetzung von Klimaschutzmaßnahmen. Die Leitung der Gruppe liegt in der Verantwortung des Konzernbeauftragten für Klimaschutz und Nachhaltigkeit.

Die Climate Change Group veranstaltet regelmäßig Treffen und beschäftigt sich dabei mit der Umsetzung der Klimaschutzziele des Konzerns in Deutschland und mit der Einbeziehung der weltweiten Konzerneinheiten in das Projekt „Internationalisierung Climate Change Group“. Ziel des Projekts ist die Implementierung der Klimaschutzstrategie in den Landesgesellschaften. Obwohl dieser Prozess in den europäischen Landesgesellschaften bisher nicht vollständig abgeschlossen ist, wurde 2012 mit der Einführung in anderen Kontinenten begonnen. Hieran beteiligen sich neun Niederlassungen von T-Systems unter anderem in Brasilien, Nordamerika, Mexiko, Südafrika und China. Zunächst wurden hier – wie zuvor in Europa – für alle Bereiche die Bezugswerte aus dem Jahr 2008 ermittelt. Anschließend sollen konkrete Maßnahmen identifiziert und eine Prognose für die Entwicklung der Werte bis zum Jahr 2020 erstellt werden. Auf diese Weise legen die Landesgesellschaften die Grundlage für den Austausch von Erfahrungen, die nachhaltige Verbesserung der Energieeffizienz und die Festsetzung eines konzernweiten Klimaschutzziels – einen der zentralen Punkte des Arbeitsprogramms der Climate Change Group für das Jahr 2013.

Weiterhin beabsichtigt die Arbeitsgruppe, sich gezielt mit Einflussfaktoren zu beschäftigen, die für das Erreichen unserer Klimaschutzziele eine Rolle spielen können. Hierzu gehören unter anderem

- neue Geschäftsfelder durch grüne Produkte und Lösungen, die das Potenzial haben, die CO_2 Emissionen unserer Kunden zu verringern,
- eine nachhaltige Gestaltung der Wertschöpfungskette sowie
- technologische und energiepolitische Entwicklungen in unseren Marktgebieten.

CR PROGRAMMM.

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

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

DIE HIGHLIGHTS IM BERICHTSZEITRAUM:

- Mit rund 9 300 Ausbildungsangeboten auf Spitzenplatz unter den DAX-Unternehmen
- Corporate-Responsibility-App „We Care“ eingeführt
- Interne Richtlinie zur Product-Carbon-Footprint(PCF)-Kalkulation entwickelt und am Beispiel des Top-Produkts Entertain erfolgreich erprobt
- Aktive Teilnahme an der wegweisenden Studie SMARTer 2020, die große Potenziale der ICT-Industrie zur Reduktion von CO_2-Emissionen aufzeigt

CR-Programm 2012/2013.

Strategie & Management.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
„Führend sein" in der Branche	2015	▪ Kriterienkatalog zur Integration von CR in zentrale Geschäftsprozesse entwickeln	▪ Projekt „Führend sein" in systematische Gap-Analysen überführt, auf deren Basis wir unser Engagement überprüfen. Siehe „Integration von Guidelines und Principles"
Weiterentwicklung CR-Governance	Frist verlängert von 2012 auf 2014	▪ Corporate-Responsibility-Konzernrichtlinie entwickeln, diese vom Konzernvorstand und in den einzelnen Konzerngesellschaften verabschieden lassen	▪ Konzernrichtlinie entwickelt ▪ Führungsstrukturen an neuen zuständigen Vorstandsbereich Human Resources und dessen Entscheidungsgremien angepasst
Strukturelle und inhaltliche Weiterentwicklung der KPIs	2015	▪ alle KPIs stetig auf ihren Nutzenbeitrag überprüfen, konzernweit verpflichtend gestalten und mit Zielwerten belegen	▪ fortlaufende Reviews eingeführt ▪ 2013: Fokussierung auf Entwicklung von Zielwerten gestartet
Integration von Guidelines und Principles	Frist verlängert von 2013 auf 2015	▪ UN-Global-Compact-Prinzipien prozessual in alle Vorstandsressorts integrieren und Fortschritt überwachen	▪ Neupositionierung aufgrund personeller Veränderungen im Vorstand erfolgt und Termin für den Start der Umsetzung definiert
Integration von CR in Risikomanagementprozesse des Konzerns	2013	▪ CR in die regelmäßigen Berichtsstrukturen des Konzernrisikomanagements integrieren	▪ Risiko-Cockpit gestaltet

Stakeholder-Einbeziehung.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Systematische Stakeholder-Einbeziehung	fortlaufend	▪ Stakeholder-Engagement-Strategie nach Standard AA1000 umsetzen	▪ Zertifizierung nach AA1000 (First Level) erhalten ▪ jährliche Überprüfung im Rahmen der CR-Berichterstattung, Typ-2-Prüfung 2012 erfolgt
Etablierung eines Materiality-Prozesses	fortlaufend	▪ jährliche Wesentlichkeitsanalysen durchführen (Materiality-Prozesse)	▪ Wesentlichkeitsanalyse 2013 durchgeführt

CR-Programm 2012/2013.

Klimaschutz.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Reduktion der CO_2-Emissionen um 30 Prozent im Vergleich zu 2008 (Climate Mitigation)	2020	▪ Konzernklimaschutzziel vom Vorstand verabschieden lassen ▪ Klimaschutzstrategie international ausrollen	▪ Deutschland-Ziel vom Vorstand verabschiedet ▪ Internationalisierung von Climate Change Group gestartet
Anpassung an den Klimawandel (Climate Adaptation)	2020	▪ Maßnahmen zur Ausrichtung des Unternehmens auf Klimaveränderungen unterstützen	▪ Studie bei der International Telecommunications Union (ITU) in Auftrag gegeben
Etablierung eines umfassenden Carbon Accounting	2015	▪ Methoden für unternehmens- und produktbezogenen CO_2-Fußabdruck entwickeln und in das Berichtswesen integrieren	▪ Methode zur Berechnung des produktbezogenen CO_2-Fußabdrucks etabliert ▪ Entwurf eines internen Leitfadens zur Kalkulation des unternehmensbezogenen CO_2-Fußabdrucks erarbeitet
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	▪ Vorbereitung einer Klimastrategie, die die Hebung der Geschäftspotenziale mitbeinhaltet, durch die Climate Change Group begonnen ▪ „Smart Agriculture" als CO_2-Einsparhebel durch ICT identifiziert

Ressourcenmanagement.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Optimierung des Abfallmanagements	2015	▪ „International Waste Management" entwickeln (Vermeidung, Wiederverwendung, Recycling) und implementieren	▪ Entwurf für „International Waste Management" in konzerninterne Abstimmung überführt ▪ Entwurf verbindlicher Konzern-KPIs erarbeitet
Steigerung der Energieeffizienz	2020	▪ Energieeffizienzpotenziale identifizieren und erschließen	▪ Energiekonzept Telekom 2020 entwickel

CR-Programm 2012/2013.

Managementsysteme.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Implementierung eines konzernweiten Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001	2015	▪ Dachzertifizierung nach ISO 14001 für alle relevanten Gesellschaften im Konzernverbund veranlassen	▪ Implementierung von insgesamt 23 Einheiten bis Anfang 2013 durchgeführt
Implementierung eines Arbeitsschutz-, Gesundheits- und Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001 und OHSAS 18001	2015	▪ auf Basis der beiden Standards ein integriertes Managementsystem implementieren und die unterschiedlichen Niveaus der Managementprozesse in den konzernweiten Einzelgesellschaften harmonisieren	▪ Implementierung von insgesamt 30 von 59 Einheiten bis Ende 2012 durchgeführt ▪ Harmonisierung wird umgesetzt

Nachhaltiger Konsum und Lebensstil.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Evaluation von Produkten und Lösungen auf ihren Nachhaltigkeitsbeitrag	2015	▪ Kriterien und Indikatoren mit externen und internen Stakeholdern entwickeln und in Prozesse implementieren ▪ produktbezogenes Nachhaltigkeitscontrolling in Geschäftsprozesse integrieren ▪ konzernweit harmonisieren	▪ Kriterien und Indikatoren entwickelt ▪ Bewertungstool entwickelt ▪ Evaluation von Produkten und Lösungen erfolgreich erprobt ▪ operationale Evaluationsaktivitäten durch Reorganisation in Konzernzentrale eingestellt ▪ auf strategische Anleitung und Bereitstellung von Informationen zur dezentralen Umsetzung in den Konzerngesellschaften fokussiert
Stakeholder-Einbeziehung und Kundeninformation	2015	▪ regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche durchführen ▪ nachhaltigkeitsbezogene Kundenorientierung entwickeln ▪ internationale Standardisierung, z.B. über Gütesiegel oder Zertifizierung, im ICT-Sektor vorantreiben	▪ regelmäßige Stakeholder-Fachgespräche durchgeführt ▪ parallele Einführung von Standard-Gütesiegeln (z.B. Blauer Engel) und Individual-Kennzeichnungsansätzen verfolgt ▪ an internationalen Harmonisierungsinitiativen zur Kennzeichnung beteiligt
Integration von Life Cycle Assessment und Nutzungsverhalten (Sustainable Consumption)	2020	▪ Effizienzpotenziale im Produktlebenszyklus erschließen sowie Produkte und Lösungen im Hinblick auf Nachhaltigkeitskriterien weiterentwickeln	▪ in Vorbereitung

CR-Programm 2012/2013.

Sustainable 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)	▪ Projekt „hub:raum" zur Förderung von Start-ups gegründet ▪ „Ideengarten" für Mitarbeiterideen gegründet ▪ Ideen mit Nachhaltigkeitsbezug im Konzern (z.B. Nachbarschafts-Tauschportal) und Partnering (z.B. Hand Recycling) gefördert

Socially Responsible Investment.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	
Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen steigern	2015	▪ Ratingergebnisse weiter verbessern	▪ Anteil nachhaltiger Investoren am frei handelbaren Aktienvermögen im Jahr 2012 von 15 Prozent auf 14 Prozent gefallen

Sustainable Supply Chain.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Anteil risikoevaluiertes Einkaufsvolumen (erste Lieferebene) auf mindestens 75 Prozent steigern	2015	▪ E-TASC (Risk Self-Assessment) ▪ Lieferantenaudits ▪ Präqualifikationsfragebogen ▪ Transparenz Lieferkette (2. und 3. Ebene)	▪ Einkaufsvolumen 2012 zu 54 Prozent abgedeckt
Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien im Beschaffungsprozess	2013	▪ Nachhaltigkeitskriterien definieren ▪ Gewichtung der Kriterien festlegen ▪ Gewichtung der Kriterien in Standardprozesse und Policies integrieren	▪ Projekt „Total Cost of Ownership" (TCO) abgeschlossen ▪ Nachhaltigkeitskriterien entwickelt ▪ 10 Prozent Basisgewichtung der Nachhaltigkeitskriterien verabschiedet und im Pilotprojekt bei T-Mobile Netherlands erprobt

CR-Programm 2012/2013.

Gesellschaftliches Engagement.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Integration von Menschen in die Wissens- und Informationsgesellschaft	2015	▪ Initiative „Ich kann was!" als Leuchtturmprojekt weiter ausbauen ▪ interne Rahmenbedingungen zur Stärkung gesellschaftlicher Verantwortung (z.B. Spendenrichtlinie) weiterentwickeln ▪ externe Wahrnehmung als gesellschaftlich verantwortlich agierendes Unternehmen ausbauen ▪ Wirkungsmessung für gesellschaftliches Engagement einführen ▪ konzernweites Programm und Marke engagement@telekom ausbauen	▪ bis Februar 2013 bundesweit 350 Projekte und Einrichtungen der „Ich kann was!"-Initiative für Kinder und Jugendliche e.V. gefördert ▪ Ausbau- und Internationalisierungsphase engagement@telekom erfolgt ▪ Spendenrichtlinie vom Konzernvorstand beschlossen, Implementierung in Konzerngesellschaften gestartet

Netze.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Abdeckung von ca. 65 Prozent der Haushalte mit Glasfasernetz	2016	▪ FTTH-Ausbau	▪ FTTH-Anschlüsse bereits in 20 Städten eingerichtet
LTE-Abdeckung von 85 Prozent der Bevölkerung	2016	▪ Einrichtung weiterer Basisstationen ▪ Aufbau des LTE-1800- und des LTE-800-Netzes	▪ LTE-Ausbauverpflichtungen in allen 16 Bundesländern erfüllt ▪ LTE 1800 in über 100 der größten deutschen Städte gestartet

CR-Programm 2012/2013.

Beschäftigte.

Ziele	Geplanter Abschlusstermin	Maßnahmen	Status
Lebensphasenorientierte Personalpolitik	fortlaufend	▪ Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben verbessern	▪ Teilzeitquote unter Führungskräften erhöht ▪ Finanzierungsform der Familienpflegezeit auf weitere Lebensbereiche erweitert, um eine Auszeit z.B. für Bildung oder soziales Engagement zu ermöglichen ▪ Kinderbetreuung auf über 550 Plätze ausgebaut; sieben neue Eltern-Kind-Büros eingerichtet, Eröffnung von zehn weiteren Büros für 2013 geplant ▪ internationales Best Practice Sharing mit Landesgesellschaften wie T-Systems Ltd. oder T-Systems China zu Work-Life-Maßnahmen initiiert
		▪ berufsbegleitendes Studieren fördern (Bologna@Telekom)	▪ Studienförderung von insgesamt 600 Mitarbeitern in 14 Bachelor- und 14 Masterstudiengängen für den Zeitraum 2012/2013 bewilligt
Realisierung einer Frauenquote von 30 Prozent für mittlere und obere Führungspositionen als erstes DAX-30-Unternehmen	2015	▪ Chancengleichheit, Diskriminierungsfreiheit und Wettbewerbsfähigkeit sicherstellen ▪ gezielte Quotierungen entlang der gesamten Talentpipeline durchführen ▪ begleitende Gender-Maßnahmen (Collaboration Trainings) initiieren	▪ konzernweiten Anteil von Frauen in Führungspositionen von 19 Prozent (Februar 2010) auf 24 Prozent (Dezember 2012) gesteigert ▪ Anzahl von Frauen im Business Leader Team von zwei (Februar 2010) auf neun (Dezember 2012) erhöht ▪ über 3 600 leitende Angestellte an Gender Collaboration Trainings („Führen geschlechtsheterogener Teams") teilgenommen. ▪ Gender Collaboration Trainings initiiert
Demografische Entwicklung als Chance verstehen und nutzen	2013/2014 und fortlaufend	▪ strategische HR-Initiative „Demography as a Chance" starten ▪ konzernweite Bestandsaufnahme der Altersstruktur und demografiebezogener Handlungsfelder durchführen ▪ demografiesensible Personalmaßnahmen etablieren	▪ Pilotierung von strategisch wichtigen Demografiemaßnahmen, insbesondere in den Bereichen Health and Safety, Arbeitskonditionen und Personalentwicklung gestartet
Raum für Entfaltung und Weiterentwicklung	ongoing	▪ neuen Bereich Group Transformational Change (bisherige Aktivitäten unter: Telekom School of Transformation) aufbauen ▪ neue Formen der internen und externen Zusammenarbeit, agile Arbeitsformen, mehr Serviceorientierung sowie Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns ▪ auf strukturierte Weise am gesellschaftlichen Diskurs zu relevanten Themen teilnehmen	▪ Standort festgelegt und Konzept entwickelt ▪ erste Piloten durchgeführt

STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG.

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

UMSETZUNG DER STRATEGIE ZUR STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG.

Für unseren Erfolg ist es wichtig, unsere Interessengruppen intensiv einzubinden. Denn viele Herausforderungen lassen sich nur gemeinsam bewältigen – so beispielsweise das Management einer nachhaltigen Lieferkette. Deshalb legen wir großen Wert auf dauerhafte und vertrauensvolle Beziehungen zu unseren Interessengruppen. Dazu entwickelten wir 2011 eine neue Strategie. Unser Anspruch dabei: die Anliegen unserer Interessengruppen ernst nehmen und sie nach höchsten qualitativen Maßstäben einbeziehen. Hierbei orientierten wir uns vor allem an den von der Nichtregierungsorganisation AccountAbility entwickelten drei AA1000-Prinzipien Wesentlichkeit, Inklusivität und Reaktivität. Darüber hinaus erarbeiteten wir 2012 einen Leitfaden für unsere Mitarbeiter: Dieser „Wegbegleiter für erfolgreiche Stakeholder-Einbeziehung“ enthält wertvolle Praxistipps, Handlungsempfehlungen und Arbeitsinstrumente. Nach einer Prüfung bestätigte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft PricewaterhouseCoopers im Berichtsjahr anhand einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit (Moderate Assurance), dass unsere Systeme und Prozesse für eine Stakeholder-Einbeziehung gemäß AA1000 geeignet sind.

Netzwerktreffen zum Best-Practice-Austausch im Jahr 2012.
Ein wichtiges Standbein unserer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung sind die halbjährlich stattfindenden internen Netzwerktreffen. Mit ihnen bieten wir allen interessierten Mitarbeitern eine Plattform, um sich mit Beschäftigten anderer Fachbereiche über Erfahrungen im Umgang mit Stakeholdern auszutauschen, Praxisbeispiele zu diskutieren sowie gemeinsame Aktivitäten zu planen und umzusetzen.
Die von unseren internen und externen Stakeholdern geäußerten Sichtweisen und Erwartungen an die Strategie haben maßgeblichen Einfluss auf deren Ausgestaltung genommen. Im Ergebnis basiert die von der Deutschen Telekom im Dezember 2011 verabschiedete Strategie auf den folgenden drei Säulen:

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

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

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

AA1000 ALS ORIENTIERUNGSRAHMEN.

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

PRINZIPIEN FÜR DEN UMGANG MIT STAKEHOLDERN.

Um die Mitarbeiter bei der Umsetzung der Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung zu unterstützen, hat die Deutsche Telekom 2012 sechs Prinzipien für den Umgang mit Stakeholdern formuliert und diese intern kommuniziert. Die Prinzipien fordern von unseren Mitarbeitern an erster Stelle die Achtung der Interessen unserer Stakeholder und deren Berücksichtigung in den Entscheidungen des Unternehmens. Verlangt wird außerdem eine aktive Einziehung der Interessengruppen über

sogenannte partizipative Formate, eine Fokussierung auf die wesentlichen Stakeholder-Themen und ein ausgewogener Umgang mit unterschiedlichen Stakeholder-Interessen. Über alle für Stakeholder relevanten Aktivitäten sind diese außerdem umfassend in Kenntnis zu setzen.

Die Prinzipien wurden im Zuge eines partizipativen Prozesses unter Einbindung interner und externer Stakeholder entwickelt. Nach einer Prüfung bestätigte die Wirtschaftsprüfungsgesellschaft Pricewaterhouse-Coopers im Berichtsjahr anhand einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer gewissen Sicherheit (Moderate Assurance), dass die Prinzipen für eine Stakeholder-Einbeziehung gemäß AA1000 geeignet sind.

Ergänzend zur Veröffentlichung der Prinzipien für den Umgang mit Stakeholdern haben wir im Zuge der Strategieentwicklung ein prägnantes Bekenntnis formuliert, das unsere Mitarbeiter bei der Umsetzung der Prinzipien unterstützen soll. Dieses lautet:

- **Wertschätzen:** Wir hören unseren Stakeholdern zu und informieren sie transparent über unsere Aktivitäten.
- **Einbinden:** Wir greifen relevante Themen auf und bieten uns als Dialog- und Kooperationspartner an.
- **Verstehen:** Wir setzen uns mit den Anliegen unserer Stakeholder auseinander und leiten daraus Maßnahmen für unsere eigene Arbeit ab.

WEGBEGLEITER FÜR ERFOLGREICHE STAKEHOLDER-EINBEZIEHUNG.

Als Orientierungshilfe für unsere Mitarbeiter im konkreten Umgang mit unseren Stakeholdern haben wir 2012 einen „Wegbegleiter für erfolgreiche Stakeholder-Einbeziehung“ entwickelt. Mit ihm beantworten wir zahlreiche Fragen zur Umsetzung der Prinzipien in der täglichen Praxis und erläutern unseren Mitarbeitern, welchen Nutzen sie daraus für unser Unternehmen und für ihre jeweiligen Arbeitsziele ziehen können.

Über fünf Schritte von der Zielsetzung bis zur Entscheidung des geeigneten partizipativen Formats wird der Leser darin methodisch zu einer erfolgreichen Stakeholder-Einbeziehung angeleitet. Er erhält Anregungen, wie er den Umfang einer möglichen Einbeziehung bestimmen und die hierfür relevanten Stakeholder auswählen kann, und wird bei der Entwicklung eines Fahrplans für sein jeweiliges Projekt unterstützt. Außerdem werden mehrere Formate zur Einbeziehung wie zum Beispiel „Crowdsourcing“ oder „Aufbau einer strategischen Partnerschaft“ im Detail vorgestellt. Zusätzlich liefert der Wegbegleiter zahlreiche Tipps für die Praxis und nennt Ansprechpartner, von denen sich unsere Mitarbeiter in ihrem Stakeholder-Engagement Unterstützung holen können.

Anerkennung für Stakeholder-Einbeziehung.
In wichtigen CR-Rankings erhielt die Telekom 2012 sehr gute Wertungen für das Thema Stakeholder-Einbeziehung. So vergab beispielsweise die Schweizer Agentur SAM hier sogar die Höchstpunktzahl an die Telekom. Wir sehen uns hierdurch in unserem Engagement für unsere Interessengruppen bestätigt und werden den eingeschlagenen Weg konsequent fortsetzen.

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.



CR-ENGAGEMENT BEI EXPERTEN UND BEVÖLKERUNG ANERKANNT.

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

2012 führten wir im Rahmen der CR-Marktforschung im Sommer und Herbst je eine Studie durch. In computergestützten Telefoninterviews befragten wir jeweils 1 000 zufällig ausgewählte, deutschsprachige Personen zu den Themen „Verantwortungsvolles Handeln“ und „Gesellschaftliches Engagement“ im Allgemeinen sowie bei der Telekom. Im Sommer wurden zusätzlich 301 Interviews mit CR-Experten durchgeführt.

Allgemein zeigte sich, dass das gesellschaftliche Engagement in der Öffentlichkeit gegenüber dem Vorjahr als weniger wichtig wahrgenommen wird. Die Werte gingen von 58 auf 50 Prozent zurück. Beide Befragungsrunden bestätigten jedoch die Branchenführerschaft der Telekom im Bereich CR sowohl in der Bevölkerung als auch bei den CR-Experten. Die Werte des CR-Leadership-Indikators „Verantwortungsvolles Handeln“ stiegen gegenüber 2011 deutlich an und entwickelten sich auch von Sommer auf Herbst weiter positiv. Der Zielwert für 2012 wurde überschritten. Unsere Analyse der Entwicklung zeigte unter anderem, dass die umweltgerechte Entsorgung von Handys, Aus- und Weiterbildung, der Ausbau der Hochgeschwindigkeitsnetze sowie Datenschutz und Datensicherheit für die Telekom wichtige Profilierungsthemen darstellen.

Die Ergebnisse geben uns wertvolle Anknüpfungspunkte für die inhaltliche Ausrichtung unserer CR-Aktivitäten und die Weiterentwicklung unserer CR-Kommunikation und CR KPIs.

DIE THEMEN UNSERER STAKEHOLDER.

Wir ermittelten die Themenschwerpunkte unserer Stakeholder Anfang 2013 in einem gestuften Materiality-Prozess. Die Teilnehmer wurden zunächst aufgefordert, eine Reihe von Themen für jedes der drei CR-Handlungsfelder nach ihrer Wichtigkeit für die darin genannten Ziele zu gewichten. Für die Antwort wurden ihnen dabei sechs Optionen vorgelegt von „äußerst wichtig“ bis „unwichtig“ beziehungsweise „keine Angabe“. Die Liste der Themen wurde 2013 um den Punkt „Demografischer Wandel“ erweitert. Die Handlungsfelder beziehungsweise Ziele wurden gegenüber 2012 nicht verändert. Dies erleichtert den Vergleich mit dem Vorjahr. Darüber hinaus wurden die Teilnehmer aufgefordert, die Kommunikation der Telekom zu beurteilen. Hierzu wurden ihnen fünf zentrale Nachhaltigkeitsbotschaften der Telekom vorgelegt. Sie sollten daraus zunächst diejenigen auswählen, die sie mit der Telekom in Verbindung bringen. Anschließend sollten sie bewerten, welche Bedeutung die jeweilige Botschaft für das gesellschaftliche Engagement der Telekom hat. Erfragt wurden weiterhin die Zufriedenheit der Stakeholder mit den Informationen der Deutschen Telekom und die von ihnen hierfür bevorzugten Quellen.

Top-Themen.

Mitarbeiter und externe Stakeholder waren sich bei der Identifikation der Top-Themen überwiegend einig. Es bestanden lediglich kleine Abweichungen in der Einstufung der Themen untereinander:

- Im Handlungsfeld „Vernetztes Leben und Arbeiten“ vergaben die Mitarbeiter wie bereits 2012 die Positionen eins, zwei und drei für die Themen „Work-Life-Balance“, „Datenschutz und Datensicherheit“ sowie „Netz- und Infrastrukturausbau“. Ähnlich die externen Stakeholder-Gruppen: Sie wählten allerdings „Datenschutz und Datensicherheit“ auf Position eins. Auf den Positionen zwei und drei folgten die Themen „Work-Life-Balance“ sowie „Netz- und Infrastrukturausbau“.

- Wie im Vorjahr stellten die Mitarbeiter im Handlungsfeld „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ die Themen „Bildungsengagement für Kinder und Jugendliche“, „Netz- und Infrastrukturausbau in ländlichen Regionen“ sowie „Verantwortlicher Arbeitgeber“ auf die ersten drei Plätze. Auf externer Seite belegten die Themen „Bildungsengagement für Kinder und Jugendliche“, „Netz- und Infrastrukturausbau in ländlichen Regionen“ sowie „Kinder- und Jugendschutz“ die drei Spitzenplätze. Allerdings stuften die externen Stakeholder abweichend von den Mitarbeitern den „Kinder- und Jugendschutz“ höher ein als das Thema „Verantwortlicher Arbeitgeber“.

- Dieselbe Platzierung wie zuvor vergaben die Mitarbeiter auch im Handlungsfeld „Klimafreundliche Gesellschaft“: „Einsatz erneuerbarer Energien“ kam auf Platz eins, „Umwelt- und klimafreundliche Netzinfrastruktur“ sowie „Recycling und Entsorgung“ belegten die folgenden Plätze. Auch die externen Stakeholder platzierten das Thema „Umwelt- und klimafreundliche Netzinfrastruktur“ wie im Jahr 2012 auf Position eins, gefolgt von „Einsatz erneuerbaren Energien“ sowie „Recycling und Entsorgung“, das von Position vier im Vorjahr zu Platz drei aufrückte.

Bewertung unserer Botschaften.
Im Hinblick auf die Kommunikation der Telekom wurden intern wie extern dieselben Gewichtungen erkennbar. So identifizierten beide Stakeholder-Gruppen die Telekom am stärksten mit den Botschaften „Die Produkte der Deutschen Telekom ermöglichen ortsunabhängiges, flexibles und mobiles Arbeiten“ und „Die Deutsche Telekom ermöglicht Menschen den sicheren Umgang mit Kommunikationsmitteln“. An dritter Stelle rangierte bei beiden Gruppen die Aussage „Die Deutsche Telekom reduziert kontinuierlich die eigenen CO_2-Emissionen“. „Ortsunabhängiges, flexibles und mobiles Arbeiten“ und „Sicherer Umgang mit Kommunikationsmitteln“ wurden von beiden Stakeholder-Gruppen außerdem als bedeutendste Schwerpunkte für das CR-Engagement der Telekom eingestuft.

Informationsquellen.
Die drei wichtigsten Informationsquellen sind nach Ansicht der befragten Stakeholder der Internet- beziehungsweise Intranet-Auftritt sowie der CR-Bericht und der Kontakt zu den Mitarbeitern des Konzerns. Mehr als ein Viertel der externen Stakeholder betonte außerdem die Bedeutung der Stakeholder-Dialoge der Telekom.

Die Bewertungen der verschiedenen Themen haben wir in folgenden Matrizen aufbereitet:
Ausblick.
Die Resultate der Befragung werden genutzt, um die Schwerpunkte der Berichterstattung festzulegen und die Strategie der Stakeholder-Beteiligung der Telekom an deren Erwartungen auszurichten. Da die Befragung gegenüber dem Vorjahr wenig Bewegung bei den wesentlichen Themen der Telekom zeigte, erwägen wir, den Prozess für das kommende Jahr zu überarbeiten.

Allgemein lässt sich festhalten, dass 51,5 Prozent der Mitarbeiter und 42,3 Prozent der externen Stakeholder ihre Kommunikationserwartungen größtenteils oder vollständig erfüllt sahen. Wir erkennen hierin eine gewisse Bestätigung unserer Bemühungen, verstehen die Rückmeldungen aber vor allem auch als Ansporn, künftig besser zu werden.

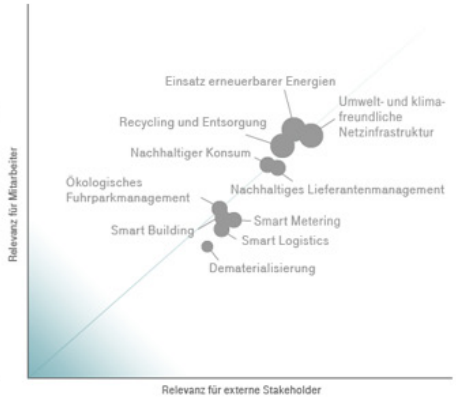
Vernetztes Leben und Arbeiten



Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft



Klimafreundliche Gesellschaft



ERWARTUNGEN UNSERER STAKEHOLDER AN DEN DIALOG MIT UNS.

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

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

Bei der Auswertung zeigte sich zudem, dass unsere Prinzipien der Einbeziehung den Erwartungen der Stakeholder bereits weitgehend entsprechen. Insbesondere sehen wir uns in der Überzeugung bestätigt, dass Stakeholder-Einbeziehung einen Austausch auf Augenhöhe erfordert.

SYSTEMATISCHE THEMEN-BEOBACHTUNG.

Im Rahmen unseres CR-Managements verfolgen wir die Entwicklung der von unseren Interessengruppen hoch bewerteten Themen mit großer Wachsamkeit. Dieses CR-Themenmonitoring haben wir 2012 im Rahmen unserer Strategie zur Stakeholder-Einbeziehung weiter ausgebaut und neue Befragungsinstrumente zur systematischen Identifizierung von Stakeholder-Positionen entwickelt. So betreiben wir als Bestandteil des CR-Themenmonitorings ein kontinuierliches Screening der Aktivitäten, Forschungsprojekte, Veröffentlichungen und Stellungnahmen relevanter NGOs. Dessen Ergebnisse fassen wir alle zwei Monate in einem internen Newsletter, dem NGO-Radar zusammen. Mit dem neuen Instrument erfüllen wir eine wichtige Anforderung des AA1000-Standards.

Eine weitere Säule des CR-Themenmonitorings bilden die alle zwei Jahre stattfindenden Mitarbeiterbefragungen. 2012 haben wir hierbei wie in den Vorjahren auch CR-Aspekte gezielt abgefragt.

FORMATE DER EINBEZIEHUNG.

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

Grad der Einbeziehung unserer Stakeholder

Information



Beobachten

Informieren

- www.telekom.com/-verantwortung
- Jährliche CR-Berichterstattung
- CR-Berichterstattung via App
- CR-Engagement auf Hauptversammlung
- CR-Medien-informationen
- Nachhaltigkeits-offensive

Dialog



Zuhören

Diskutieren

- Stakeholder Dialog Day 2012 in Bonn
- Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft
- Global Compact LEAD
- Telekom Bar Camp
- Telekom Social Network

Partizipation



Beteiligen

Zusammenarbeiten

- Telekom Expertenkreis 50+
- Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe
- Nachhaltiges Produktmanagement
- Nachhaltige Lieferantenentwicklung

www.telekom.com/verantwortung.

Stakeholder-Gruppe	Übergreifend
Beschreibung	Internet-Auftritt der Deutschen Telekom AG zum Themenkomplex Nachhaltigkeit und Verantwortung
Weiterführende Informationen	Mit der Website www.telekom.com/verantwortung wollen wir nicht nur CR-Experten, sondern auch der breiten Öffentlichkeit das CR-Engagement der Telekom näherbringen. Eine übersichtlichere Darstellung unserer Verantwortungsthemen sowie einfache und klare Botschaften vermitteln unser Vorgehen und unsere Intention in den Bereichen: ▪ CR-Strategie und Management ▪ Klima und Umwelt ▪ Gesellschaftliche Verantwortung ▪ Nachhaltige Produkte ▪ Datenschutz und Datensicherheit

Jährliche CR-Berichterstattung.

Stakeholder-Gruppe	Übergreifend
Beschreibung	Information über Fortschritte der Deutschen Telekom zu CR-relevanten Themen im jeweiligen Berichtszeitraum
Weiterführende Informationen	Zum dritten Mal ist der CR-Bericht ausschließlich im Internet verfügbar. Gleiches gilt für die einführende „Executive Summary". Um auch einer breiten Öffentlichkeit den CR-Bericht zu vermitteln, ist dieser auszugsweise in unsere App „We Care" eingebunden. Die Berichtsinhalte der App werden mit der Veröffentlichung eines neuen Berichts jährlich aktualisiert. Durch das erfolgreiche cross-mediale Konzept des CR-Berichts können gleichzeitig verschiedene Zielgruppen adressiert und international anerkannte Berichtsstandards bedient werden. Es wird aus diesem Grund weiter fortgesetzt. Übersicht über alle CR-Berichte der Deutschen Telekom

CR-Berichterstattung via App.

Stakeholder-Gruppe	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter, Mitarbeiter, potenzielle Mitarbeiter und deren Vertreter, NGOs und Interessengruppen
Beschreibung	App „We Care" für einen spielerischen Einblick in die CR-Aktivitäten der Telekom
Weiterführende Informationen	Ergänzend zum Online-CR-Bericht der Telekom entwickelten wir 2011 die CR-App „We Care" für die Smartphone-Betriebssysteme Google Android und Apple iOS. Mit einer interaktiven Darstellung unseres CR-Engagements führt „We Care" in die große Bandbreite des Themas ein – einfach und spielerisch, aber auch selbstkritisch. Die Moderatoren Katrin Bauerfeind und Christian Mürau leiten die Nutzer durch die vier Kapitel „Klimaschutz", „Gesellschaftliche Verantwortung", „Vernetztes Leben und Arbeiten" und „Die Telekom als Arbeitgeber". Ein Auszug aus dem CR-Bericht ist in die App eingebunden, der mit der Veröffentlichung eines neuen Berichts jährlich aktualisiert wird. Mit dieser innovativen Ergänzung wollen wir eine breite Zielgruppe für das Thema unternehmerische Verantwortung begeistern. „We Care" wurde mehrfach ausgezeichnet. Unter anderem erhielt die App den „Econ Award 2012" in Gold für Unternehmenskommunikation in der Kategorie „Digitale Anwendungen". Auch der Sonderpreis „Innovation" im Rahmen des „Deutschen CSR-Preises" und der „Goldene Funke 2012", der Deutsche Preis für Wirtschaftskommunikation für die beste CSR-Kommunikation, wurden für die App vergeben. Im „kress Award 2012" schaffte sie es bis in den Kreis der Finalisten.

CR-Engagement auf Hauptversammlung.

Stakeholder-Gruppe	Analysten, Investoren und deren Vertreter
Beschreibung	Präsentation unserer CR-Aktivitäten für Besucher der Hauptversammlung
Weiterführende Informationen	Auf der Hauptversammlung der Deutschen Telekom AG am 24. Mai 2012 in Köln betrieb der CR-Bereich einen Infostand. Dort präsentierte er den anwesenden Anteilseignern und deren Vertretern umfangreiche Informationen zum CR-Engagement des Konzerns. Die CR-App „We Care" spielte dabei als Dreh- und Angelpunkt für die Information der Aktionäre eine zentrale Rolle. Die Besucher erhielten unter anderem Gelegenheit, die Applikation vor Ort selbstständig auszuprobieren, und machten intensiv Gebrauch davon.

CR-Medieninformationen.

Stakeholder-Gruppe	Medien
Beschreibung	Information über aktuelle Entwicklungen unseres CR-Engagements
Weiterführende Informationen	Verschiedene öffentlichkeitswirksame regionale und nationale Programme wurden genutzt, um Medieninformationen zu unserem CR-Engagement zu verbreiten. Hierzu gehörten unter anderem folgende Pressetermine: 3.05.2012 Telekom-App „We Care" Gesellschaftliche Verantwortung spielerisch erklärt. Die Applikation „We Care" steht zum kostenfreien Download für iPad und Android-Tablets sowie Smartphone-Versionen zur Verfügung. 12.01.2012 Neue Unternehmenswebsite der Deutschen Telekom ist online. Unternehmenswebsite www.telekom.com komplett überarbeitet. Unter dem Menüpunkt „Verantwortung" werden die Corporate-Responsibility-Aktivitäten des Konzerns vorgestellt.

Nachhaltigkeitsoffensive.

Stakeholder-Gruppe	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter
Beschreibung	Überführung der Nachhaltigkeitsoffensive der Deutschen Telekom in die Corporate-Kampagne „Digitale Welt"
Weiterführende Informationen	Anfang 2012 riefen wir im Rahmen der Nachhaltigkeitsoffensive den Wettbewerb „Internet: Keine Frage des Alters!" zum Thema Medienkompetenz aus. 150 Projekte beteiligten sich mit vielen originellen Konzepten. Sieben wurden von der Jury ausgewählt und erhielten Preisgelder bis zu 5 000 Euro. Im September 2012 wurde die neue Corporate-Kampagne „Digitale Welt" gestartet. Diese stellt in einem breiteren Ansatz innovative Produkte und Services der Deutschen Telekom vor. Dabei stellten wir erneut auch Produkte mit einem nachhaltigen Zusatznutzen für Umwelt und Gesellschaft in den Mittelpunkt. Thema waren Lösungen wie Smart Metering als Bestandteil einer ressourcen- und klimaschonenden Energieversorgung, E-Health als Basis einer künftigen, kosteneffizienten Gesundheitsversorgung oder die virtuelle und damit materialschonende Nutzung von Zeitschriften, Büchern und Musik.

Stakeholder Dialog Day 2012 in Bonn.

Stakeholder-Gruppe	Lieferanten
Beschreibung	Jährlich stattfindende Multistakeholder-Veranstaltung zum Thema Supply Chain Management
Weiterführende Informationen	Der inzwischen fünfte Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day fand am 8. November 2012 wieder in Bonn statt. Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen der Telekom führten dort mit ausgewählten Lieferanten und Vertretern von NGOs sowie aus Politik und Wissenschaft den offenen Dialog der Vorjahre fort. Im Mittelpunkt stand die Frage, wie eine nachhaltig orientierte Beschaffungspraxis bei der Telekom vorangetrieben werden kann. Die rund 80 Teilnehmer diskutierten außerdem in drei Workshops die Schwerpunktthemen „Nachhaltigkeit als Treiber für den Geschäftserfolg", „Herausforderungen und Chancen in den ICT-Versorgungsketten" und „Instrumente zur Verankerung von Nachhaltigkeit in der Beschaffung". Die Anwesenden waren sich einig darin, dass nachhaltige Beschaffung eine wesentliche Voraussetzung sei, um heute auf dem ICT-Markt erfolgreich zu sein. Dies erfordere eine intensivere Kooperation der Unternehmen und ein klares Bekenntnis der Unternehmensführungen zur Nachhaltigkeit. Die Auswertung der Rückmeldungen ergab eine „Event-Erfolgsrate" von 91 Prozent. 96 Prozent bezeichneten die Veranstaltung als „sehr nützlich".

Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft.

Stakeholder-Gruppe	Wirtschaft und deren Vertreter
Beschreibung	Initiative deutscher Unternehmer, die gemeinsam mit dem Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik ein Leitbild erarbeitet haben. Die Unterzeichner verpflichten sich zu einer sowohl erfolgs- als auch werteorientierten Führung im Sinne der sozialen Marktwirtschaft.
Weiterführende Informationen	Die Telekom bekennt sich zum „Leitbild für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft" und nimmt aktiv an Diskussionen zum Leitbild teil. So haben wir uns im März 2012 im Rahmen einer Pilotveranstaltung mit dem Leitbild beschäftigt. Der zweitägige Workshop für Führungskräfte stand unter dem Motto „Verdienen Unternehmen Vertrauen?" Prof. Dr. Andreas Suchanek vom Wittenberg-Zentrum für Globale Ethik, das an der Erstellung des Leitbilds beteiligt war, stellte in seinem einleitenden Vortrag die zentralen Anliegen der Initiatoren vor und wies auf die Fortschritte bei der Umsetzung des Leitbilds hin. Die Telekom gehört von Anbeginn zu den Unterstützern des Leitbilds, das inzwischen zu einem Gemeinschaftsprojekt der deutschen Wirtschaft geworden ist, zu dem sich 43 Unternehmen und vier andere Organisationen offiziell bekennen. Der Vorstandsvorsitzende René Obermann und der ehemalige Personalvorstand Thomas Sattelberger zählen zu den Erstunterzeichnern des „Leitbilds für verantwortliches Handeln in der Wirtschaft", das im November 2010 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde.

Global Compact LEAD.

Stakeholder-Gruppe	NGOs und Interessengruppen, Politik und Regulierer, Wirtschaft und deren Vertreter
Beschreibung	Aktivitäten zur Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compact im Rahmen der „Global Compact LEAD Leadership"-Plattform
Weiterführende Informationen	Die Deutsche Telekom ist nicht nur Mitinitiatorin des Global Compact LEAD, sondern war 2012 auch als einziges deutsches Unternehmen im Lenkungsausschuss der Initiative vertreten. Zweimal jährlich treffen sich die Teilnehmer an wechselnden Orten zu Symposien. Am ersten Symposium des Lenkungsausschusses nahm die Deutsche Telekom per Webmeeting teil. Auf dem zweiten Symposium Ende November in New York vertrat der Konzernbeauftragte für Klimaschutz und Nachhaltigkeit die Telekom. Zu den Themen gehörte unter anderem die Zukunft der Berichterstattung insbesondere hinsichtlich einer stärkeren Verzahnung von Finanz- und Nachhaltigkeitsberichterstattung. Am zweiten Tag widmeten sich die Teilnehmer des Symposiums dem sogenannten Post-2015 Process. Weiterhin beteiligte sich die Deutsche Telekom gemeinsam mit anderen deutschen LEAD-Unternehmen an der Weiterentwicklung der Satzung für das Steering Board von Global Compact LEAD. Im Rahmen der Arbeitsgruppe „Strategic Social Investment and Philanthropy" wirkte sie außerdem mit an der Erstellung der Broschüre „New Paths to Performance: Strategic Social Investment and Philanthropy", die anlässlich der Rio+20-Konferenz veröffentlicht wurde. Ende 2012 nahm die Telekom an der Evaluierungsphase zur Bestandsaufnahme nach zwei Jahren Global Compact LEAD teil. Die Ergebnisse wurden im Januar 2013 auf der Website der Initiative publiziert.

Telekom Bar Camp.

Stakeholder-Gruppe	Mitarbeiter
Beschreibung	Dialogrunde mit Mitarbeitern zum Thema „Anders arbeiten"
Weiterführende Informationen	Am 26. September – dem Tag der Leitlinien – fand in der Bonner Zentrale das achte Telekom BarCamp statt, eine Tagung, deren Verlauf und Inhalte vor Ort durch die Teilnehmer bestimmt werden. Rund 350 Teilnehmer tauschten sich in Dialogrunden und Workshops zum Thema „Anders arbeiten" aus. Seit rund drei Jahren bietet die Telekom Deutschland allen Mitarbeitern regelmäßig die Möglichkeit, in sogenannten BarCamps über aktuelle Themen und Projekte im Unternehmen zu diskutieren und diese gemeinsam weiterzuentwickeln. Mit einer Zufriedenheitsrate von über 90 Prozent sind die BarCamps eines der erfolgreichsten Eventformate im Konzern.

Telekom Social Network.

Stakeholder-Gruppe	Mitarbeiter
Beschreibung	Internes Social Network
Weiterführende Informationen	Bei der Telekom ist Social Networking ausdrücklich erwünscht: Seit 2007 nutzen Mitarbeiter und Management interne Blogs, Netzwerke und Wikis, um sich im Team zu organisieren, Themen mit Kollegen zu diskutieren oder bereichsübergreifend zusammenzuarbeiten. Um die interne Kommunikation noch effizienter zu gestalten und das Konzernwissen an einem zentralen Ort zu sammeln und zu teilen, werden die bislang unabhängig voneinander betriebenen Social-Media-Kanäle in das übergreifende Telekom Social Network (TSN) integriert. So beispielsweise auch der Kanal „direkt zu Obermann", der 2012 im TSN aufging. Über 40 000 Kollegen (Stand Januar 2013) sind bereits registriert, darunter alle Mitglieder des Konzernvorstands, die hier zum Teil sehr aktiv sind. Sie nutzen das TSN, um die Mitarbeiter zu erreichen, sich mit ihnen auszutauschen und ihnen Einblicke in ihre Arbeit zu geben. Ende 2011 schlossen wir die Konzernbetriebsvereinbarung Enterprise 2.0 ab, die den Rahmen für den Umgang mit Social Media setzt. Der Aufbau des TSN verändert die interne Unternehmenskommunikation massiv, da der Dialog immer stärker in den Vordergrund rückt und zunehmend die Mitarbeiter entscheiden, welche Informationen relevant sind. Sie bekommen hier die Möglichkeit, eigene Themen zentral zu positionieren und zu diskutieren und so die Unternehmenskommunikation wesentlich mitzugestalten.

Telekom Expertenkreis 50+.

Stakeholder-Gruppe	Kunden, potenzielle Kunden und deren Vertreter
Beschreibung	Einbeziehung von Kunden bei der Bewertung von Angeboten für die Zielgruppe 50+
Weiterführende Informationen	Menschen über 50 sind eine wichtige Zielgruppe, deren Bedürfnisse wir besser kennenlernen wollen. Aus diesem Grund haben wir im November 2011 den Telekom Expertenkreis 50+ mit rund 60 unabhängigen und unentgeltlich tätigen Teilnehmern ins Leben gerufen. Dieses Kundenforum trifft sich zweimal jährlich, um Angebote, die wir für die Zielgruppe der über 50-Jährigen entwickelt haben, zu bewerten. Die neuen Ideen und Ergebnisse binden wir als Empfehlungen in die Produktentwicklung ein. Bei dem zweiten Treffen des Expertenkreises im Mai 2012 wählten die Teilnehmer einen Sprecher, der das Gremium nach außen vertritt. Um auch zwischen den einzelnen Veranstaltungen den Austausch zu bestimmten Themen anzuregen, wurde ein Online-Forum eingerichtet. Im Mittelpunkt der Arbeit des Expertenkreises stand 2012 die Erprobung des Produkts „Entertain Premium" und eines für die Nachfolge des „Sinus A201"-Telefons entwickelten Prototyps. Bei den Tests, die von der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) begleitet wurden, prüften die Teilnehmer neben der Akzeptanz der Produkte auch den Aspekt der Nutzerführung. Ihre Testergebnisse und Anregungen wurden anschließend von den Entwicklern des Prototyps aufgenommen und auf ihre Umsetzbarkeit geprüft. Die Arbeit des Expertenkreises wird 2013 wie im Vorjahr mit zwei Treffen und dem Austausch über das Online-Forum fortgesetzt werden.

Kooperation mit der Deutschen Umwelthilfe.

Stakeholder-Gruppe	NGOs und Interessengruppen
Beschreibung	Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH)
Weiterführende Informationen	Die mittlerweile seit zwölf Jahren bestehende, vertraglich geregelte Kooperation zwischen der Telekom Deutschland GmbH und der Deutschen Umwelthilfe (DUH) ist ein Beispiel für die langfristige Anlage unserer Kooperationen.Zentrale Themen der Zusammenarbeit sind die Herausforderungen des nachhaltigen Konsums in der Telekommunikation, darunter die Entwicklung nachhaltiger Telekommunikationsprodukte, die Auswirkungen des Rohstoffabbaus sowie die Optimierung der Rücknahmesysteme für gebrauchte Handys. In der gemeinsamen Arbeit setzen wir folgende Schwerpunkte: **Dialog mit Expertennetzwerk**: Auch 2012 veranstaltete die DUH in Kooperation mit der Telekom Deutschland regelmäßige Fachgespräche mit Wissenschaftlern sowie Vertretern von NGOs, Unternehmen und Umweltbehörden zu den Anforderungen an nachhaltige Kommunikationsprodukte: Eines der Gespräche fand im Mai 2012 statt und beschäftigte sich mit der Rohstoffthematik in der ICT. Als Referenten beteiligten sich Experten der Bundesanstalt für Geowissenschaften und Rohstoffe und des Mobilfunkgeräteherstellers Nokia. Im September fand ein weiteres Fachgespräch mit verschiedenen Experten aus der Umweltpolitik und Umweltverbänden statt. Thema waren Modelle zur freiwilligen beziehungsweise verpflichtenden Rücknahme alter Handys. **Handy-Rücknahme:** Seit 2003 haben wir gemeinsam mit der DUH ein erfolgreiches, an hohen Nachhaltigkeitsstandards ausgerichtetes Handy-Rücknahmesystem für Verbraucher, Umweltinitiativen und Schulklassen aufgebaut. Aus den Erlösen der gemeinsamen Handy-Rücknahme-Aktionen konnten mittlerweile mehr als 779 Umwelt- und Naturschutzprojekte unterstützt werden. **Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“:** 2009 begannen wir gemeinsam mit der DUH mithilfe unseres Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“, fünf herausragende Projekte zum Erhalt der Biodiversität in Deutschland zu fördern. Von den ursprünglich fünf Projekten sind inzwischen alle abgeschlossen. Inzwischen sind indes zwei neue Projekte hinzugekommen. Auf der Website der DUH werden die Projekte der Öffentlichkeit vorgestellt. **Preis für Umweltjournalismus:** Am 11. Dezember 2012 verlieh die DUH bereits zum 17. Mal den UmweltMedienpreis für herausragende umweltjournalistische Leistungen und die wirkungsvolle Präsentation von Natur- und Umweltthemen in den Medien. Seit zehn Jahren unterstützt die Telekom Technik den Preis.

Nachhaltiges Produktmanagement.

Stakeholder-Gruppe	NGOs, Verbraucher und Verbraucherorganisationen, interne Stakeholder aus Marketing, Produktentwicklung und Innovation (P&I), Einkauf und Vertrieb
Beschreibung	Entwicklung eines Managementmodells für die nachhaltige Gestaltung der gesamten ICT-Wertschöpfungskette in einem Dialogprozess mit internen und externen Stakeholdern
Weiterführende Informationen	2011 startete eine Expertengruppe des CR-Bereichs in Zusammenarbeit mit dem Öko-Institut e.V. einen Multistakeholder-Prozess zur Entwicklung eines Managementmodells für die Entwicklung nachhaltiger ICT-Produkte. Beteiligt waren weitere acht NGOs, ein Marktforschungsinstitut und zahlreiche Bereiche der Telekom. Eine Besonderheit des Modells besteht darin, externe kritische Stakeholder als Gewährsleute für eine objektiv belegbare Nachhaltigkeit von Produkten über mehrere aufeinander aufbauende Workshops einzubeziehen. Durch diesen mehrstufigen Prozess ließ sich gewährleisten, dass die verwendeten Kriterien für Nachhaltigkeit einer externen Prüfung standhalten und in einem zweiten, noch zu leistenden Entwicklungsschritt für eine Nachhaltigkeitskennzeichnung von ICT-Produkten tauglich sind. Das 2012 fertiggestellte Modell besteht im Kern aus einem Satz von 25 Kriterien. Mithilfe der Kriterien wird das jeweilige Produkt unter erneuter Einbeziehung der kritischen Stakeholder bewertet. Zusätzlich werden auf Basis derselben Kriterien die Kundenzufriedenheit und die Weiterempfehlungsbereitschaft der Kunden ermittelt. Erkennbar wird so, wie bestimmte Nachhaltigkeitskriterien als Treiber für das Kaufverhalten wirken. Anschließend werden objektive Nachhaltigkeitsmerkmale und Kundenbewertungen in einer Matrix miteinander in Beziehung gesetzt. Je nach deren Platzierung auf einer interaktiven Oberfläche (Dashboard) generiert das Modell so zu jedem der Kriterien Handlungsempfehlungen für Marketing, Produktentwicklung und Innovation (P&I), Einkauf und Vertrieb. **Einfache Handhabung komplexer Zusammenhänge.** Bei aller Vielfalt der Kriterien und Indikatoren besteht die große Leistung des Modells in der Reduktion der Komplexität auf einfache, entscheidungsrelevante Bewertungen und Empfehlungen.

Nachhaltige Lieferantenentwicklung.

Stakeholder-Gruppe	Lieferanten
Beschreibung	Dialogprojekt zur partnerschaftlichen Lieferantenentwicklung mit dem Schwerpunkt auf Nachhaltigkeit
Weiterführende Informationen	Mit unseren Lieferanten pflegen wir einen vertrauensvollen Dialog darüber, wie wir unsere Lieferkette noch nachhaltiger gestalten können. Mit einigen Top-Lieferanten haben wir beispielsweise ein Pilotprojekt zum Thema Carbon Management gestartet. Die Aufgaben des Carbon Management sind vielfältig. Sie reichen von der Identifikation der CO_2-Quellen (Energieerzeugung, Bautätigkeit, Reisetätigkeit etc.) über die Messung der dort auftretenden CO_2-Emissionen und deren Berichterstattung bis zu Programmen zur Reduktion oder Kompensation der Emissionen. In den Gesprächen geht es zunächst vorrangig um die Berechnung von CO_2-Fußabdrücken für Unternehmen und Produkte. Dabei werden die CO_2-Emissionen der Unternehmen und ihrer verschiedenen Prozesse meist nach dem international anerkannten Greenhouse Gas (GHG) Protocol separat gemessen und in unterschiedliche Kategorien (Scopes) eingeteilt. Um dem Kunden Auskunft geben zu können, welche Menge auf das jeweilige Produkt entfällt, ermitteln wir mit den Lieferanten, wie viel CO_2 einer Kategorie jeweils auf eine bestimmte Produktionsmenge entfällt. Dabei müssen auch die jeweiligen Vorketten bis zur Rohstoffgewinnung mit berücksichtigt werden.

MITARBEITERSENSIBILISIERUNG.

Nachdem wir 2011 den Fokus unseres Dialogansatzes auf das Thema „Green ICT " gesetzt hatten, machten wir 2012 unsere Mitarbeiter selbst zum Schwerpunkt unserer Dialogaktivitäten. Denn nur, wenn wir unsere Mitarbeiter für das CR-Programm unseres Unternehmens begeistern und CR im Alltag praktizieren, leben wir Verantwortung konzernweit. Folgende Maßnahmen haben wir hierzu unternommen:

Nachhaltigkeit zum Frühstück.
Um unsere Mitarbeiter für Nachhaltigkeit zu begeistern und ihnen aufzuzeigen, wie sie durch kleine Maßnahmen einen eigenen Beitrag zur Nachhaltigkeit leisten können, starteten wir 2012 die Aktionsreihe „Nachhaltigkeit zum Frühstück". Seit Ende Oktober 2012 verteilt ein Team des CR-Bereichs Frühstücksboxen an Mitarbeiter unserer Standorte in Deutschland. Die Boxen beinhalten neben einer Frühstücksration „leicht verdauliche" Informationen zu unseren wesentlichen Nachhaltigkeitsthemen von engagement@telekom über Umweltschutz am Arbeitsplatz, Klimaschutz bis zur Unterstützung der „Ich kann was!"-Initiative. Allein im Herbst 2012 erreichte die Aktionsreihe mehr als 7 000 Mitarbeiter in sechs Städten.

CR-Gruppe im internen sozialen Netzwerk.
2012 haben wir im Telekom-internen sozialen Netzwerk (TSN) eine CR-Gruppe eingerichtet, um das Thema CR noch stärker in der internen Kommunikation zu positionieren. Am Tag des Ehrenamts nutzten wir deren Vernetzung, um auf das Engagement des Unternehmens hinzuweisen und weitere Mitarbeiter einzubeziehen.

Wegbegleiter für erfolgreiche Stakeholder-Einbeziehung.
2012 erarbeiteten wie eine Handreichung mit Praxistipps, Handlungsempfehlungen und Arbeitsinstrumenten, um unseren Mitarbeitern Anregungen für die Einbeziehung von Stakeholdern in ihrem Bereich zu geben – neben der Berichterstattung ein weiterer Baustein zur Umsetzung der AA1000-Anforderungen zur Stakeholder-Einbeziehung.

BREITE BETEILIGUNG: MITGLIEDSCHAFTEN & KOOPERATIONEN.

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

Zu den Themen Klima- und Umweltschutz
- B.A.U.M. e.V.
- Global e-Sustainability Initiative (GeSI)
- Stiftung 2° - Deutsche Unternehmer für Klimaschutz
- European Round Table of Industrialists (ERT)
- European School of Management and Technology (ESMT) (Sustainability 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)
- CCCD – WIE (Arbeitsgruppe Corporate Volunteering, Arbeitsgruppe Evaluation)
- Aktion Deutschland Hilft e.V.
- Deutsches Rotes Kreuz
- DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei gemeinnützige Gesellschaft mbH
- Bundesverband Deutsche Tafel e.V.
- Lebenshilfe e.V.
- SOS-Kinderdorf e.V.
- Nummer gegen Kummer
- TelefonSeelsorge
- Deutsche Telekom Stiftung
- „Ich kann was!" - Initiative
- Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO)
- Deutschlandstiftung Integration
- Ein Herz für Kinder
- Teachtoday
- Leitbild Deutsche Wirtschaft

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. Die Telekom bekennt sich klar zu ethischen Grundsätzen, die in den Guiding Principles und im Code of Conduct verankert sind.

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

COMPLIANCE-MANAGEMENT ZERTIFIZIERT.

Wesentliche Elemente des Compliance-Managementsystems sind

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

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

VERANTWORTUNG FÜR COMPLIANCE-ORGANISATION AUF OBERSTER FÜHRUNGSEBENE VERANKERT.

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

Konzernweite Strukturen ermöglichen bereits seit 2005 ein effizientes Management von Compliance. Die Compliance-Organisation besteht aus dem Chief Compliance Officer, dem Compliance Committee und einer zentralen sowie dezentralen Compliance-Organisation. Die zentrale Verantwortung trägt der Bereich Group Compliance Management (GCM). Er entwickelt konzernweite Standards, Instrumente und Prozesse, mit denen regelkonformes Verhalten im Unternehmen gestärkt werden soll.

Compliance Committee: Internes Beratergremium.
Im Compliance Committee sind Führungskräfte aus folgenden Bereichen vertreten:

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

The Compliance Committee helps the compliance organization design and conduct a compliance program. It also encourages company departments that deal with compliance topics to share experiences and information with each other.

Compliance Officer: Schlüsselrolle im Compliance-Management.
Der Chief Compliance Officer ist dem Konzernvorstand für das Ressort Datenschutz, Recht und Compliance unterstellt. Er bildet die Schlüsselposition für die Einrichtung sowie die dauerhafte Funktionsfähigkeit des Compliance-Managementsystems. Der Compliance Officer berichtet direkt an den Vorstand Datenschutz, Recht und Compliance und hat in Abstimmung mit diesem das Recht, jederzeit Berichte an das gesamte Vorstandsgremium und den Prüfungsausschuss der Deutschen Telekom AG zu richten. Der Prüfungsausschuss hat entsprechend dem Deutschen Corporate Kodex auch die Aufgabe, sich mit Fragen der Compliance zu befassen.

INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT VERBESSERT.

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

Die konzernweite Zusammenarbeit fördern wir seit Jahren mit einem jährlichen Treffen von Vertretern aller Compliance-Organisationen der Landesgesellschaften, den „International Compliance Days“. Am 25. und 26. April 2012 erschienen rund 120 Vertreter aus 26 Ländern auf Einladung des zentralen Compliance-Bereichs in Bonn zur mittlerweile achten Veranstaltung dieser Art. Dort wurden neue Initiativen zur Förderung des Compliance-Managementsystems diskutiert. Die Teilnehmer berieten außerdem darüber, wie sich die Umsetzung der Regeln und Richtlinien des Systems in der alltäglichen Arbeitspraxis weiter verbessern lässt.

Um die erfolgreiche Zusammenarbeit fortzusetzen, bereitet die Telekom für April 2013 ein weiteres Treffen der International Compliance Days in Bonn vor.

COMPLIANCE RICHTLINIEN ERNEUERT UND IMPLEMENTIERT.

Im Jahr 2011 wurden die Konzernrichtlinie zur Vermeidung von Korruption und sonstigen Interessenkonflikten (kurz Antikorruptionsrichtlinie) und die Konzernrichtlinie zur Annahme und Gewährung von Vorteilen (kurz Vorteilsrichtlinie) überarbeitet.

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

Diese Richtlinien wurden konzernweit rechtswirksam und -verbindlich implementiert. 2012 wurden sie zunächst in allen deutschen Konzerneinheiten beschlossen und bekannt gemacht. International gestaltet sich der Prozess aufwendiger, weil wir zunächst prüfen müssen, ob die Richtlinien mit dem jeweiligen nationalen Recht vereinbar sind. 2012 haben dennoch fast alle internationalen Einheiten die Richtlinien implementiert. Im Jahr 2013 wird dieser Prozess abgeschlossen sein. Begleitet wird die Einführung durch Kommunikations- und Trainingskampagnen.

MITARBEITERSCHULUNGEN ZUR STÄRKUNG VON COMPLIANCE.

Im Berichtszeitraum veranstaltete die Telekom in Deutschland verschiedene Schulungs- und Sensibilisierungsprogramme zur Vermittlung der wesentlichen Antikorruptionsthemen:

2012 absolvierten über 1 700 Führungs- und Fachkräfte in Deutschland – Vorstand, Top-Management und Mitarbeiter aus weiteren ausgewählten Bereichen – bedarfsgerechte Antikorruptionstrainings. In diesen auch 2013 fortgesetzten Präsenzveranstaltungen werden die wesentlichen Antikorruptionsregelungen vermittelt und in Fallbeispielen vertieft. Hierzu hat das Compliance-Team mit verschiedenen Bereichen im Vorfeld fachspezifische Case-Studies erarbeitet. Auf diese Weise werden die Trainings auf die spezifischen Erfordernisse des jeweiligen Bereichs zugeschnitten.

Mit dem E-Learning-Modul „Anti-Korruption“ richtet sich die Telekom an weitere Mitarbeitergruppen. Das E-Learning soll ihnen insbesondere die Inhalte der Antikorruptions- und Vorteilsrichtlinie näherbringen und ihnen helfen, typische Korruptionsrisiken im Arbeitsalltag zu erkennen und sich richtig zu verhalten. Knapp 16 000 Mitarbeiter in Deutschland durchliefen diese risikogruppenspezifische Schulung im Zeitraum von September bis Dezember 2012. Das E-Learning wird im Anschluss – mit den entsprechenden lokalen Anpassungen – auch in den internationalen Gesellschaften eingeführt. Die Präsenztrainings und E-Learnings sollen im Laufe des Jahres 2013 abgeschlossen werden.

Als fortlaufende Kampagne richtet sich darüber hinaus das E-Learning-Modul „Compliance – bewusst leben“ an alle Beschäftigten der Telekom in Deutschland. Es soll auch in Zukunft von allen neu hinzukommenden Mitarbeitern absolviert werden. Das Modul vermittelt die wichtigsten Compliance-Anforderungen und -Verhaltensweisen in Bezug auf unsere Leitlinien, unseren Code of Conduct, geltende Rechtsvorschriften und interne Richtlinien. Die Mitarbeiter erfahren, wo sie Compliance-Verstöße melden können und wo sie Hilfe bei Compliance-relevanten Fragen oder Fragen rund um den Code of Conduct erhalten.

INTERNETPORTALE FÜR PRÄVENTION UND BERATUNG.

Ask me!

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

Tell me!

Bei der Aufklärung von Verstößen gegen interne Richtlinien, Gesetze oder Verhaltensgrundsätze sind wir auf die Wachsamkeit unserer Beschäftigten, Geschäftspartner, Kunden und weiterer Stakeholder angewiesen. „Tell me!“ ist ein auch für Externe zugängliches Portal, mit dem über E-Mail, Telefon oder per Fax Hinweise auf regelwidriges Verhalten gegeben werden können.

ERMITTLUNGEN WEGEN KORRUPTIONSVERDACHT.

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

Prüfung von Unregelmäßigkeiten im Sponsoring von T-Systems International.

Im Rahmen einer internen Untersuchung, die durch einen anonymen Hinweis ausgelöst worden war, hat sich der Verdacht ergeben, dass es in der Geschäftsbeziehung zwischen der T-Systems International GmbH und einem großen Automobilhersteller unter Verstoß gegen Compliance-Richtlinien Absprachen über die wechselseitige Verknüpfung eines Sponsoringengagements mit der künftigen Vergabe von Aufträgen über IT-Dienstleistungen gegeben hat. Aufgrund dieses Sachverhalts hat sich die T-Systems International GmbH mit sofortiger Wirkung von ihrem zuständigen Vertriebsleiter sowie einem externen Berater getrennt und den internen Untersuchungsbericht der zuständigen Staatsanwaltschaft zur weiteren Prüfung zugeleitet. Die Staatsanwaltschaft hat auf Grundlage des Untersuchungsberichts ein strafrechtliches Ermittlungsverfahren eingeleitet, das durch Anklageerhebung beim Landgericht in Stuttgart beendet wurde. Das Landgericht hat im Zwischenverfahren weitere Beweiserhebungen durchgeführt und im März 2013 das Hauptverfahren eröffnet. Termine für die Hauptverhandlung sind noch nicht festgesetzt.

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 2012 aufgeführten Verfahren.

ACHTUNG DER MENSCHENRECHTE ALS GELEBTE PRAXIS.

Die Einhaltung der Menschenrechte ist im Selbstverständnis der Telekom verankert und in unserem Unternehmen weltweit gelebte Praxis. In unserem konzernweit gültigen Verhaltenskodex Code of Conduct legen wir unsere Anforderungen an ethisches Verhalten dar. Auch die im Jahr 2003 verabschiedete Sozialcharta definiert konzernweit gültige Regeln zum Umgang mit Mitarbeitern und Zulieferern. Diese basieren auf den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen sowie den Leitlinien der International Labor Organisation (ILO) und der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (Organisation for Economic Co-operation and Development – OECD). Bei der Deutschen Telekom ist die Funktion Head of Group Relations Management für alle Anliegen mit Blick auf Menschenrechte verantwortlich. Diese Funktion gibt es in dieser Form seit Ende 2012.

Für den jährlich erscheinenden Sozialbericht („Social Performance Report“) der Telekom prüfen wir regelmäßig die Einhaltung der in der Sozialcharta festgelegten Bestimmungen durch alle Konzerngesellschaften. Wir haben unsere jährliche Abfrage für den Bericht 2012 um zwei spezielle Fragen zur Einhaltung international anerkannter Menschenrechte ergänzt. Bei der Sichtung sämtlicher Rückmeldungen konnten keine Verstöße gegen die Sozialcharta festgestellt werden.

Über Menschenrechtsfragen hinausgehend bekennen wir uns auf Basis unserer Sozialcharta dazu, in allen unseren Märkten die geltenden Arbeitnehmerrechte einzuhalten, und erarbeiten zum Teil Maßstäbe, die über die jeweils geltende nationale Gesetzgebung hinausgehen. Mindeststandards für den Umgang mit unseren Mitarbeitern werden außerdem von der Diversity Policy der Telekom vorgegeben, mit der wir Diskriminierungen aufgrund von Geschlecht, Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, religiöser Glaubensprägung und sexueller Orientierung unterbinden wollen.

Auch von unseren Zulieferern verlangen wir die Einhaltung der in unserer Sozialcharta definierten ethischen, sozialen und ökologischen Standards und der grundsätzlichen Menschenrechte. Im Rahmen von regelmäßigen „Social Audits“ überprüfen wir, ob unsere strategischen Lieferanten, darunter auch besonders risikobehaftete Zulieferer, diesen Anforderungen gerecht werden.

Die Europäische Kommission bereitet derzeit Leitlinien vor, die für bestimmte Branchen den Umgang mit den Menschrechten regeln sollen und sich an den „UN Guiding Principles on Business and Human Rights“ orientieren. Im Rahmen eines Expertenkomitees wirkte die Deutsche Telekom an der Ausarbeitung dieser Leitlinien für die ICT-Branche mit und beteiligte sich im Dezember 2012 an der finalen Kommentierung des Entwurfs.

RISIKO- & CHANCENMANAGEMENT.

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

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

Der Geschäftsbericht 2012 der Deutschen Telekom gibt ausführlich Auskunft über aktuelle Chancen und Risiken, die auch in Bezug auf die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung von Bedeutung sind.

DATENSCHUTZ.

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

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.

Um den Lesern den Zugang zu den komplexen Themen zu erleichtern, haben wir die Inhalte des neuen Datenschutz- und Datensicherheitsberichts auch für den Laien verständlich aufbereitet: Kurze Meldungen und lebendige Interviews wechseln sich ab mit Hintergrundberichten und Reportagen und bedienen so unterschiedliche Informationsbedürfnisse. Neben Spezialisten der Telekom kommen dort auch Experten von außerhalb wie der Leiter der Münchner Sicherheitskonferenz oder ein Vertreter des Chaos Computer Club zu Wort.

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

GELEBTER DATENSCHUTZ – SIEGER GEEHRT.

Ein wesentliches Ziel der Telekom ist es, die Sensibilität und das Wissen im Umgang mit personenbezogenen Daten kontinuierlich zu erhöhen. Um das Datenschutzniveau im Konzern zu überprüfen, erstellt die Telekom jährlich einen Datenschutzbericht. Dieser informiert unter anderem über interne Kommunikationsmaßnahmen, interne Audits sowie Veränderungen im regulatorischen Umfeld.

Die Mitarbeiter erkennen die Notwendigkeit der Datenschutzmaßnahmen und arbeiten bereichsübergreifend eng zusammen, um alle Datenschutzbelange abzudecken. Datenschutz – so die grundlegende Einsicht – kann nur als gemeinsame Anstrengung erfolgreich sein.

„Datenschutz Award 2012“ geht an T-Systems Austria.

Die Telekom verbindet die Auswertung des Basisdatenschutz-Audits traditionell mit einer Ehrung der Landesgesellschaften, die hierbei am besten abschneiden. Die Gewinner der aktuellen Runde wurden am 28. Januar 2013, dem „Europäischen Datenschutztag“, in Bonn bei einer internen Feierstunde durch den Konzernvorstand Datenschutz, Recht und Compliance bekanntgegeben: Den ersten Platz im „Datenschutz Award 2012“ belegte T-Systems Austria, gefolgt von T-Systems Polska und T-Systems Czech Republic.

POLITIK & REGULIERUNG.

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

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

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

STÄRKERE INVESTITIONSFÖRDERNDE REGULIERUNG FÜR BREITBANDNETZE NOTWENDIG.

Hochgeschwindigkeitsinternet ist ein wichtiger Wachstumsfaktor. Produktivitätszuwachs, Absatzmärkte für neue Dienstleistungen und neue, nachhaltigere Lebens- und Arbeitsformen hängen ab von modernen Übertragungstechnologien mit hohen Datenraten. Deshalb sollte der Gesetzgeber die Voraussetzungen für Investitionen in diese Breitbandtechnologien verbessern und damit auf breiter Ebene die Grundlagen für dauerhaften Wohlstand schaffen.

Die Deutsche Telekom leistet hierzu seit Jahren mit umfangreichen Investitionen in die Infrastruktur für Festnetz und mobiles Internet ihren Beitrag. In Verbindung mit dem schnellen Internet entstehen weitere gesellschaftliche Erwartungen und Anforderungen, die zusätzliche Investitionen erfordern. So gilt es unter anderem, die Sicherheit der Nutzer in den globalen Netzen zu gewährleisten sowie das Vertrauen in die angebotenen Dienste weiter zu erhöhen. Als Deutsche Telekom nehmen wir diese Herausforderungen ernst. Dies muss jedoch durch eine zukunftsweisende Regulierung flankiert werden, die Investitionen in Breitbandanschlüsse der nächsten Netzgeneration fördert. Dies kann nur durch stärkere Investitionsanreize und erhöhte Planungssicherheit für die Branche erreicht werden. Die EU-Kommission will hierfür entscheidende Rahmenbedingungen setzen – diese müssen jedoch auch in den EU-Mitgliedsstaaten entsprechend umgesetzt werden und Eingang in die tägliche Regulierungspraxis der nationalen Aufsichtsbehörden für Telekommunikation finden. Zu diesen gehören

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

BEWAHRUNG DES OFFENEN INTERNETS.

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

Die Deutsche Telekom wird ihre Transportkapazität stetig erweitern und die Infrastruktur ausbauen, um den steigenden Datenverkehr ihrer Kunden bewältigen zu können und Innovationen in ihrem Netz zu ermögli-

chen. Nur so können wir die steigende Nachfrage der Kunden bedienen und den Anspruch der Anbieter von Online-Inhalten und -Anwendungen erfüllen, ihre Dienste auch in Zukunft in entsprechender Qualität anzubieten. Ohne Netzwerkmanagement wären Telekommunikationsnetze nicht zu betreiben.

Aufbauend auf dem „Best Effort"-Internet entwickelt die Deutsche Telekom deshalb Geschäftsmodelle, bei denen die Internet-Wirtschaft innovative Dienste anbieten kann, die bestimmte Anforderungen an die Übertragungs- oder Dienstequalität (Quality of Service, QoS) stellen. Hierbei werden keinesfalls Inhalte unserer Kunden kontrolliert, sondern die rapide wachsenden, unterschiedlichen Arten von Datenströmen im Internet gesteuert. 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. Die Vermarktung von Diensten differenzierter Qualität leistet auch einen wichtigen Beitrag zur mittel- und langfristigen Finanzierung des Breitbandnetzausbaus. So können Verbrauchern mehr Auswahl und eine gesicherte hohe Qualität angeboten werden.

Die Deutsche Telekom unterstützt die europäischen Transparenz- und Informationsverpflichtungen für die Dienstequalität. Dabei erhalten die nationalen Regulierungsbehörden die Möglichkeit, Mindestanforderungen für die Qualität der Dienste zu definieren sowie Informationspflichten gegenüber dem Verbraucher aufzuerlegen. Mit diesen gesetzlichen Vorgaben in Verbindung mit dem allgemeinen Wettbewerbsrecht bestehen bereits ausreichende Mittel, die Offenheit des Internets sowie die Wahlmöglichkeit des Verbrauchers zwischen verschiedenen Dienstequalitäten eines oder verschiedener Telekommunikationsanbieter nachhaltig sicherzustellen. So hat die Deutsche Telekom im Berichtszeitraum intensiv mit anderen Mobilfunknetz-Betreibern an Maßnahmen zur Verbesserung der Transparenz über die in den jeweiligen Mobilfunknetzen durch den Kunden zu erzielenden Bandbreiten gearbeitet. Hierzu sind die Unternehmen auch in einem intensiven Austausch mit der Bundesnetzagentur, der 2013 fortgeführt wird.

VERBRAUCHERPOLITISCHER DIALOG GESTÄRKT.

Die Deutsche Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, das bestangesehene Service-Unternehmen der Branche zu werden. Verbraucherpolitischen Themen räumten wir darum auch 2012 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

- Verbesserung des Verbraucherdatenschutzes, zum Beispiel in der Online-Werbewirtschaft,
- Stärkung eines umfassenden und technikübergreifenden Jugendschutzes auf nationaler und EU-Ebene,
- Verbesserung der Standards im Kundenservice sowie
- Stärkung des Kundenschutzes in der Telekommunikation, zum Beispiel beim Anbieterwechsel im Festnetz und Mobilfunk.

Im Interesse der Verbraucher haben wir uns 2012 in Deutschland für eine Selbstregulierung der Online-Werbewirtschaft im Bereich der nutzungsorientierten Internet-Werbung (Targeting) eingesetzt. Targeting analysiert das Verhalten des Nutzers im Internet und wählt die an ihn adressierten Werbemaßnahmen gezielt danach aus. Um demgegenüber die Verbraucherrechte zu stärken, engagieren wir uns für mehr Transparenz und informationelle Selbstbestimmung durch branchenübergreifende Widerspruchsmöglichkeiten für Verbraucher. Aus diesem Grund beteiligen wir uns seit 2012 an der entsprechenden Initiative des Deutschen Datenschutzrats Online-Werbung DDOW, einer freiwilligen Selbstkontrolleinrichtung der digitalen Werbewirtschaft.

Für einen Schutz der Privatsphäre der Bürger setzen wir auch im Bereich der Geodienste auf Selbstregulierung und Information der Betroffenen. Hierzu beteiligten wir uns am Aufbau der Informationsplattform des Vereins Selbstregulierung Informationswirtschaft. Auf dessen Informations- und Widerspruchsplattform „Datenschutz-Kodex für Geodatendienste" können Bürger Bilder im Internet, die ihre Stadt, ihre Straße oder ihr Haus zeigen, direkt sperren lassen.

Im Bereich Anbieterwechsel hat die Deutsche Telekom im Jahr 2012 weiterhin wichtige Fortschritte mit anderen deutschen Telekommunikationsanbietern bei einer Verbesserung des Anbieterwechsels im Festnetz erzielt. Ziel ist es, den Wechsel für Verbraucher einfacher und weitgehend unterbrechungsfrei auszugestalten. Im Mobilfunk konnten sogar Ende 2012 am gesamten Markt die neuen, für alle Mobilfunk-Anbieter geltenden Wechselprozesse gestartet werden, um auch die Rufnummernportierung aus laufenden Mobilfunk-Verträgen technisch möglich zu machen. Die Telekom steht in allen Themenfeldern für einen konstruktiven und lösungsorientierten Ansatz, der sich sowohl am Verbraucherbedürfnis als auch an den Unternehmensinteressen ausrichtet.

REGIONALE WERTSCHÖPFUNG.

Es gehört zum Selbstverständnis der Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen, einen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung und zur sozialen Stabilität an den Standorten zu leisten. Im Geschäftsjahr 2012 erwirtschafteten wir weltweit an allen Standorten mit 232 342 Mitarbeitern (Jahresdurchschnitt 2012) einen Umsatz in Höhe von 58,2 Milliarden Euro – fast 56 Prozent davon außerhalb Deutschlands. Über Gehälter, Steuern und Beschaffungen leisten wir dabei einen wichtigen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in den Regionen.

NETTOWERTSCHÖPFUNG DER TELEKOM.

Die Telekom berichtet jedes Jahr transparent über die Nettowertschöpfung des Konzerns. Daran ist abzulesen, wie einzelne Anspruchsgruppen von der Unternehmensleistung profitieren. Über Löhne und Gehälter sowie Aufwendungen für Altersversorgung stärkten wir beispielsweise die regionale Kaufkraft und Versorgungssicherheit an unseren Standorten. Die Nettowertschöpfung blieb 2012 mit 31,2 Milliarden Euro gegenüber 31,1 Milliarden Euro im Vorjahr weitgehend konstant. An dieser Zahl wird deutlich, dass die wirtschaftliche Entwicklung an unseren Standorten eng mit dem langfristigen Unternehmenserfolg verbunden ist.

TEILHABE AN DER INFORMATIONS- UND WISSENSGESELLSCHAFT.

In den vergangenen Jahren – so auch im Berichtszeitraum – lag ein Schwerpunkt unserer Investitionen auf dem flächendeckenden Ausbau schneller und stabiler Netze. Mit ihm schaffen wir die Basis für die Teilhabe aller Bürger an der Informations- und Wissensgesellschaft. Unser sogenannter Cash CAPEX , eine Kennzahl, die Investitionen in Anlagen und Systeme zusammenfasst, lag im Jahr 2012 für Deutschland bei 3,4 Milliarden Euro. Davon wurden eine Milliarde Euro in immaterielle Vermögenswerte (ohne Goodwill) und 2,4 Milliarden Euro in Sachanlagenvermögen investiert. Das Steueraufkommen belief sich 2012 auf 0,7 Milliarden Euro.

Darüber hinaus unterstützen wir beispielsweise in Deutschland im Rahmen des Vereins „Ich kann was!“ Initiativen zur Förderung von Kinder- und Jugendprojekten in sozialen Brennpunkten, die jungen Menschen Selbstvertrauen in ihre schulischen und beruflichen Fähigkeiten vermitteln. Außerdem bieten wir bedarfsgerechte Lösungen an, um benachteiligten Menschen Zugang zu neuen Kommunikationstechnologien und Medien zu ermöglichen. Dazu gehören

- Sondertarife für einkommensschwache und schwerbehinderte Menschen,
- vielfältiges Engagement im Bereich Medienkompetenz sowie die
- Förderung der Integration sozial benachteiligter Menschen.

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

BILDUNG: BASIS EINER ZUKUNFTSFÄHIGEN GESELLSCHAFT.

Mit ihren Stiftungs- und Ausbildungsaktivitäten leistet die Telekom in Deutschland wichtige Beiträge zur Förderung von technischen und naturwissenschaftlichen Kompetenzen junger Menschen.

Die von der Deutschen Telekom AG gegründete Deutsche Telekom Stiftung leistet kontinuierlich einen wichtigen Beitrag zur Pflege der deutschen Bildungslandschaft. Sie gehört heute mit einem Stiftungskapital von 150 Millionen Euro zu den großen deutschen Unternehmensstiftungen. Sie engagiert sich bundesweit für eine Verbesserung der Bildung in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik). Dabei setzte sie 2012 einen Schwerpunkt bei der Förderung naturwissenschaftlichen und technischen Interesses bei kleinen Kindern. Unter dem Motto „Forschergeist 2012“ veranstaltete sie hierzu gemeinsam mit der Stiftung „Haus der kleinen Forscher“ einen Wettbewerb für Kindertagesstätten.

Die Gesamtzahl der Auszubildenden und dual Studierenden lag im Ausbildungsjahr 2012/2013 bei rund 9 300, davon 1 200 dual Studierende. Damit ist die Telekom bundesweit einer der größten Ausbildungsbetriebe.

INVESTITIONEN AM FORSCHUNGSSTANDORT DEUTSCHLAND.

Die Entwicklung innovativer ICT-Lösungen ist nicht nur in unserer Branche, sondern auch in vielen anderen Wirtschaftszweigen ein wesentlicher Wachstumstreiber. Die zentrale Forschungs- und Entwicklungseinheit des Telekom Konzerns, die Deutsche Telekom Laboratories (T-Labs), ist international ein wichtiger Akteur in diesem Bereich. Neben den Standorten in Berlin, Bonn und Darmstadt unterhalten wir Institute in
Tel Aviv und Los Altos (Kalifornien). Im Jahr 2012 forschten rund 400 Telekom-Experten und Wissenschaftler in den T-Labs an schnellen, sicheren und nachhaltigen Kommunikationslösungen. Die Schwerpunkte der Arbeit verteilten sich 2012 auf mittelfristig bedeutsame Themen wie die Entwicklung von Technologien, die eine aktuelle Differenzierungsmöglichkeit bieten, sowie neue Geschäftsmöglichkeiten.

Zusätzlich engagiert sich T-Labs in der Finanzierung von Lehrstühlen und kooperiert mit Berliner Universitäten sowie weltweit einer Vielzahl

weiterer Hochschulen und Institute. Zusammen mit weiteren Partnern aus der Industrie sowie Start-ups sorgt T-Labs so für eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Wirtschaft und sichert den Know-how-Transfer in die Telekom. Der Forschungs- und Entwicklungsaufwand der Telekom lag im Jahr 2012 bei rund 100 Millionen Euro.

LANDESGESELLSCHAFTEN.

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

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

ALBANIEN.

AMC.

Unsere CR-Highlights: „Ein Traum wird wahr".

„Ein Traum wird wahr" ist das Motto eines Teambildungs- und Gemeinschaftsprogramms für Mitarbeiter von AMC, der albanischen Tochtergesellschaft der OTE-Gruppe. Im Rahmen dieses Programms begannen Mitarbeiterteams 2012, ausgestattet mit einem engen Zeit- und Finanzbudget, mit der Umsetzung von Betreuungs- und Förderprogrammen in zahlreichen Kinderbetreuungseinrichtungen. Aufgabe der Teams war es, sinnvolle Lösungen für Probleme in den ausgewählten Einrichtungen zu entwickeln, um die Lebensbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten der Kinder vor Ort zu verbessern. Dazu wurden drei Teams mit 13 bis 14 AMC-Mitarbeitern gebildet, die jeweils einer Einrichtung zugewiesen wurden. Der Großteil der Arbeiten wie Maler-, Montage-, Auf- und Abbauarbeiten wurde außerhalb der Arbeitszeit direkt von den Teammitgliedern geleistet.

Unsere Auszeichnung im Berichtszeitraum:

- „Philanthropy Award" 2012 für das landesweite Engagement. Diese Initiative wird von der albanischen NGO Partners Albania organisiert und vom Rockefeller Brothers Fund finanziell unterstützt.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Bestes 3G-Netz
Stipendienprogramm
Umweltmanagementsystem

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



„OTE gehört zu den größten Unternehmen Griechenlands und Südosteuropas. Wir sehen uns als positive, nachhaltig wirksame Kraft, die das wirtschaftliche Wachstum in den Ländern, in denen wir vertreten sind, stärkt. Wir schaffen ein stabiles Unternehmen, das als unumstrittener Branchenführer einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Griechenland und anderen südosteuropäischen Ländern leistet."

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	OTE ist der führende, integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa. Das Unternehmen stellt in aneinander angrenzenden Märkten mit einer Bevölkerung von nahezu 45 Millionen modernste Sprach-, Mobilfunk- und Breitband-Dienste bereit. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien, über Globul in Bulgarien und über AMC in Albanien vertreten. ▪ Griechenland: ▪▪ Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer ▪▪ Mobilfunk: Marktführer ▪ Rumänien: ▪▪ Festnetz: etablierter Anbieter/Marktführer ▪▪ Mobilfunk: Herausforderer ▪ Bulgarien: Nummer zwei im Mobilfunk-Markt ▪ Albanien: Nummer zwei im Mobilfunk-Markt
Anzahl der Kunden	▪ Griechenland: ▪▪ Anschlüsse insgesamt: 3 126 272 ▪▪ ADSL-Anschlüsse: 1 204 980 ▪▪ OTE-TV-Kunden: 119 771 ▪▪ Mobilfunk-Kunden: 7 697 322 ▪ Rumänien: ▪▪ Anschlüsse insgesamt: 2 329 042 ▪▪ ADSL-Anschlüsse: 1 196 561 ▪▪ TV-Kunden: 1 265 325 ▪▪ Mobilfunk-Kunden: 6 285 830 ▪ Bulgarien: ▪▪ Mobilfunk-Kunden: 4 518 191 ▪ Albanien: ▪▪ Mobilfunk-Kunden: 1 874 221
Anzahl der Mitarbeiter	▪ Festnetz-Sparte, Griechenland: 8 750 ▪ Mobilfunk-Sparte: 8 579 ▪ Festnetz-Sparte, Rumänien: 7 418
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.ote.gr www.cosmote.gr
Lokaler CR-Bericht	OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Im Jahr 2013 veröffentlichen OTE und Cosmote den ersten gemeinsamen CR-Bericht.

BULGARIEN.

Globul.

Unsere CR-Highlights: Freiwilligeneinsatz am bulgarischen „Tag des Naturparks“ und Auszeichnung als „Größter Spender“.

Die bulgarische Landesgesellschaft Globul ist insbesondere für ihr Engagement für ökologische Projekte bekannt. Besonders erfolgreich ist dabei die Unterstützung der jährlichen WWF-Initiative „Nationaler Tag des Naturparks“. Im Jahr 2012 sammelten über 2 200 freiwillige Helfer mehr als 10 Tonnen Abfall in den Naturparks des Landes und leisteten damit einen wesentlichen Beitrag zum Erhalt der Tierwelt in Bulgarien. Auch sein soziales Engagement stellte Globul im Berichtszeitraum erneut unter Beweis: Globul investierte 2012 über 500 000 EUR in Programme und Initiativen mit den Schwerpunkten Umweltschutz, Bildung und soziale Entwicklung. Für sein hohes Spendenaufkommen wurde Globul in einem Wettbewerb der Unternehmensspender Bulgariens in den Kategorien „Größter Spendenbetrag“ und „Großzügigster Spender“ ausgezeichnet.

Corporate Volunteering im Nationalpark Vitosha





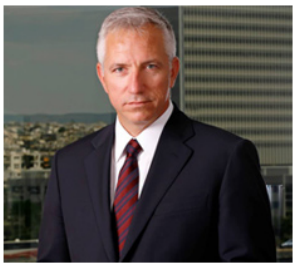
Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- Juni 2012: Zweiter Platz in der Kategorie Großunternehmen in dem vom Ministerium für Umwelt und Wasserwirtschaft verliehenen „Green Business Award“ für langfristige Umwelt- und Nachhaltigkeitsstrategie „Globul Green“
- November 2012: Erster Preis als größter Unternehmensspender 2012 in den Kategorien „Größter Spendenbetrag“ und „Großzügigster Spender“. Die Auszeichnungen werden jährlich vom bulgarischen Spendenforum organisiert. Der prestigeträchtige Preis „Großzügigster Spender“ wurde vom bulgarischen Staatspräsidenten Rosen Plevneliev übergeben.
- Auszeichnung des jährlichen Verkehrssicherheitsprogramms durch den Press Auto Club Bulgaria mit dem ersten Preis in der Kategorie „Bester Beitrag zur Sicherheit im Straßenverkehr“.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- CR-Berichterstattung
- Teilnahme an CR-Foren
- Kampagne für Verkehrssicherheit
- Blutspendenaktionen
- Bildungsprogramme
- „grüne“ Olympiade
- Sommerprogramm für Trainees
- Stipendienprogramme
- Erneuerbare Energien
- Energieeffizienzmaßnahmen
- Umweltmanagementsystem

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



„OTE gehört zu den größten Unternehmen Griechenlands und Südosteuropas. Wir sehen uns als positive, nachhaltig wirksame Kraft, die das wirtschaftliche Wachstum in den Ländern, in denen wir vertreten sind, stärkt. Wir schaffen ein stabiles Unternehmen, das als unumstrittener Branchenführer einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Griechenland und anderen südosteuropäischen Ländern leistet.“

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	OTE ist der führende, integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa. Das Unternehmen stellt in angrenzenden Märkten mit einer Bevölkerung von nahezu 45 Millionen modernste Sprach-, Mobilfunk- und Breitband-Dienste bereit. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien, über Globul in Bulgarien und über AMC in Albanien vertreten.
	▪ Griechenland:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Marktführer
	▪ Rumänien:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Herausforderer
	▪ Bulgarien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt
	▪ Albanien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden	▪ Griechenland:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 3 126 272
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 204 0980
	  ▪ OTE-TV-Kunden: 119 771
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 7 697 322
	▪ Rumänien:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 2 329 042
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 196 561
	  ▪ TV-Kunden: 1 265 325
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 6 285 830
	▪ Bulgarien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 4 518 191
	▪ Albanien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 1 874 221

Anzahl der Mitarbeiter	▪ Festnetz-Sparte, Griechenland: 8 750 ▪ Mobilfunk-Sparte: 8 579 ▪ Festnetz-Sparte, Rumänien: 7 418
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.ote.gr www.cosmote.gr
CR-Bericht von OTE	OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht.

DEUTSCHLAND.

T-Systems.

Unser CR-Highlight: Wie Cloud Computing und Virtualisierung Energie sparen.

Weltweit spielt ICT im Wirtschafts- und Privatleben eine immer größere Rolle. Das macht sie in zunehmendem Maße zu einem wesentlichen Energiekonsumenten und – solange noch ein Großteil unserer Energie aus fossilen Quellen stammt – CO_2-Emittenten. Die ICT-Industrie kann folglich einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz leisten, indem sie die eigenen Emissionen verringert.

Darüber hinaus können ICT-Lösungen in der gesamten Volkswirtschaft maßgeblich zu Energieeinsparungen beitragen. Auch in ursprünglich ICT-fremden Geschäftsprozessen von Unternehmen können durch ICT Abläufe optimiert und der CO_2-Ausstoß der gesamten Prozesskette drastisch gesenkt werden. Für den Klimaschutz spielen ICT-Lösungen damit eine immer wichtigere Rolle. Dies gilt insbesondere auch vor dem Hintergrund der EU-Energiesparziele, die bis 2020 eine Reduktion des Energieverbrauchs um 20 Prozent vorsehen.

Allein 40 Prozent der ICT-bedingten CO_2-Emissionen werden durch Arbeitsplatzcomputer und dazugehörige Monitore verursacht, weitere 23 Prozent durch Server und ihre Kühlsysteme. Der wesentliche Hebel ist die Erhöhung der Energieeffizienz durch Cloud Computing. IT-Infrastrukturen werden dem Kunden über ein Netzwerk zur Verfügung gestellt. Dies ermöglicht eine dynamische Anpassung an den Bedarf. Virtualisierungstechnologien im Cloud Computing können den Energieverbrauch um bis zu 80 Prozent reduzieren (Basisberechnung der Green-Dynamics-Simulation).

T-Systems bietet vor allem Großkunden mit der Bereitstellung von Infrastrukturressourcen wie Rechen- und Speicherleistungen aus dem Netz attraktive Lösungen. Kunden müssen damit Ressourcen für seltene Lastspitzen nicht ständig auf Maximallast vorhalten, sondern können die benötigten Leistungen bei Bedarf zu- oder abschalten. Dies senkt Betriebskosten und erhöht die Energieeffizienz. Andererseits ermöglichen solche Virtualisierungslösungen durch die gemeinsame Nutzung eine Erhöhung der Serverauslastung um bis zu 80 Prozent. Unzählige Server, die vorher nur bedingt ausgelastet waren, können stillgelegt oder für andere Aufgaben genutzt werden.

Wird der Desktop in der Cloud betrieben, sinken die Kosten für die Bereitstellung, die Hardware und die Wartung der Arbeitsplätze. Außerdem verursacht er so weniger CO_2-Emissionen. Wer zum Beispiel einen durchschnittlichen Desktop acht Stunden pro Tag nutzt, verbraucht jährlich rund 350 kWh. Wer dagegen Desktops durch Thin Clients ersetzt, verbraucht pro Arbeitsplatz vor Ort nur etwa 0,08 kWh pro Tag. Da bei Thin Clients ein Großteil der Hardware zentral betrieben wird, steigt der Energieverbrauch im Rechenzentrum. Der Energiebedarf am lokalen Arbeitsplatz sinkt jedoch erheblich. Insgesamt können so die CO_2-Emissionen um 54 Prozent im Vergleich zu durchschnittlichen Desktops reduziert werden. Ein Unternehmen mit 1 000 Arbeitsplätzen, das 75 Prozent seiner Arbeitsplätze mit Thin Clients ausstattet, kann auf diese Weise jährlich rund 67 Tonnen CO_2 einsparen.

Die Virtualisierung von Reiseaktivitäten durch Videokonferenzen trägt mit einer Reduktion der CO_2-Emissionen um 10 Prozent zur Verbesserung der Klimabilanz bei. Dass sich diese Bemühungen auszahlen, zeigen erfolgreiche Umsetzungen in der Mobilfunk-Sparte der Deutschen Telekom. Hier nutzen rund 3 000 Mitarbeiter diese Konferenzlösungen. Innerhalb von 24 Monaten sparten sie in etwa 40 000 Videokonferenzen circa 7 000 Tonnen CO_2-Emissionen durch vermiedene Flugreisen ein.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Ausführliche Informationen zum CR-Engagement von T-Systems in Deutschland finden Sie in allen Kapiteln dieses Berichtes.

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

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

Telekom Deutschland GmbH.

Unser CR-Highlight: Mit Handys auf „Rohstoff-Expedition".

Im Jahr 2012 setzte die Telekom Deutschland drei innovative Projekte zur Steigerung des öffentlichen Bewussteins für die wertvollen Rohstoffe in Mobiltelefonen und zur Verbesserung der Recyclingquote von strategischen Ressourcen um:

In der ersten Jahreshälfte wurde erstmals in Deutschland eine landesweite Handy-Sammelaktion durch das Staatsministerium für Umwelt und Gesundheit in Bayern mit Unterstützung der vier Mobilfunknetz-Betreiber ins Leben gerufen. An der Aktion „Handys clever entsorgen" beteiligten sich über 2 000 Schulen und viele Unternehmen und Behörden in Bayern.

Im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2012 führte das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) gemeinsam mit den Netzbetreibern die bundesweite Bildungs- und Handy-Sammelaktion „Die Rohstoff-Expedition – Entdecke, was in (d)einem Handy steckt" durch, an der sich über 1 600 Schulen beteiligten. Basis der Rohstoff-Expedition ist wissenschaftlich fundiertes Lern- und Arbeitsmaterial, das über die in Handys enthaltenen Rohstoffe sowie über Produktionsketten, Recycling und Weiterverwendung von gebrauchten Handys informiert.

Ziel dieser Initiativen ist es, die Bereitschaft der Öffentlichkeit und insbesondere von Jugendlicher zur kritischen Auseinandersetzung mit dem Ressourcenverbrauch von Handys fördern und so einen Beitrag zum nachhaltigen Konsum von Telekommunikationsprodukten zu leisten.

Um darüber hinaus den Umweltschäden durch den Rohstoffabbau sowie der Verknappung von strategischen Rohstoffen entgegenzuwirken, untersucht die Telekom Deutschland verbesserte Möglichkeiten zur Rückgewinnung dieser Rohstoffe aus technischen Komponenten des Telekommunikationsnetzes. Damit wollen wir zur Entwicklung von innovativen Recyclingtechnologien beitragen, die eine bessere Rückgewinnung besonders wertvoller und seltener Rohstoffe ermöglichen. Die Telekom Deutschland beauftragte dazu eine Machbarkeitsstudie mit dem Ziel, die Wiederverwertung von Bunt- und Edelmetallen zu erhöhen und wertvolle Stoffe, die bisher noch nicht recycelt werden, rückzugewinnen.

www.telekom.de/recycling

www.handy-clever-entsorgen.de

www.die-rohstoff-expedition.de

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



„Die Telekom Deutschland bietet ihren Kunden nicht nur das innovativste und qualitativ beste Netz, sondern geht auch in hohem Maße verantwortungsbewusst mit dem Verbrauch von Energie und Rohstoffen um. Wir modernisieren unsere Netztechnik fortlaufend, um die Energieeffizienz zu optimieren und die CO_2-Emissionen zu reduzieren. Gleichzeitig tragen unsere umfangreichen Aktivitäten zu Recycling und Weiternutzung von Produkten zur Sensibilisierung von Kunden und damit auch zur Schonung vor wertvollen Ressourcen bei."

Bruno Jacobfeuerborn, Geschäftsführer Technik, Telekom Deutschland GmbH

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Kerngeschäft: Produkte und Dienste für Festnetz-Telefonie, Breitbandinternet, mobile Sprache und Daten sowie IPTV
Anzahl der Kunden	22 384 000 Festnetz-Anschlüsse, 36 568 000 Mobilfunk-Kunden 1 966 000 TV-Kunden und 12 427 000 Breitband-Retail-Anschlüsse (Stand: 31.12.2012, Quelle Geschäftsbericht)
Anzahl der Mitarbeiter	67 497 (Stand: 31.12.2012, Quelle Geschäftsbericht)
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.com/konzern/weltweit

FRANKREICH.

T-Systems France.

Unser CR-Highlight: Recycling von Kugelschreibern für Adiflor.

In Zusammenarbeit mit der Organisation Adiflor ermöglicht T-Systems France die Ausstattung von Schulen in Kamerun. Mitarbeiter des Unternehmens sammeln verbrauchte Kugelschreiber zum Recycling. Der Erlös daraus geht an Adiflor und wird zur Anschaffung von Schulausrüstung verwendet. T-Systems France pflegt eine enge Beziehung zu Adiflor. Beispielsweise veröffentlichte das Unternehmen eine Anzeige der Organisation in seinem Unternehmensmagazin Best Practice, das an alle Kunden verteilt wird.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Spendenlauf

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	▪ unter den Top Five in der Automobilindustrie ▪ unter den Top Ten in der Industrie und Versicherungsbranche
Anzahl der Mitarbeiter	1 180
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.fr

GRIECHENLAND.

Cosmote.

Unsere CR-Highlights: „Our world is you".

Cosmote setzte auch im vergangenen Jahr ihr Programm „Our world is you" fort, mit dem das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens und die Kundenbindung verstärkt werden sollen. Im Rahmen dieser Kampagne wurden die Kunden von Cosmote eingeladen, über Facebook ihre Wünsche „für eine bessere Welt" einzusenden, um dem Unternehmen Anregungen für ein verstärktes Engagement für soziale und gemeinnützige Anliegen zu geben.

Über 13 000 Menschen folgten der Einladung und schickten Cosmote über Facebook Vorschläge, wie das Unternehmen sich für eine „bessere Welt" einsetzen könne. Eine Reihe von Vorschlägen wurde ausgewählt und mit Unterstützung von Cosmote realisiert. Beispielsweise rief Cosmote 2012 gemeinsam mit dem Hilfs- und Solidaritätszentrum der Stadt Athen (KYADA) ein innovatives Hilfsprogramm für Familien in Not ins Leben, das diese durch Sachleistungen und psychologische Hilfestellung unterstützt. Im Rahmen des Programms stellte Cosmote insgesamt 200 Familien für ein ganzes Jahr Nahrungsmittel, Bekleidung und andere Bedarfsartikel sowie Spielzeug, Bücher, Internet-Zugang und Unterstützung durch Psychologen und KYADA-Sozialarbeiter zur Verfügung. Außerdem leisteten 40 Mitarbeiter von Cosmote einen wichtigen persönlichen Beitrag zum Programm „Our world is you": Sie halfen bei der Renovierung des KYADA-Gebäudes und sammelten Sachspenden wie Kleider oder Bücher.

Das Programm „Our world is you" hat auch eine interne Komponente. Mehrere der eingesandten Wünsche der Mitarbeiter von Cosmote gingen in Erfüllung. Im Mai 2012 wurden zum Beispiel die Wände des Kundendienstgebäudes mit bunten Farben und in ansprechendem Design bemalt, um bei Mitarbeitern und Kunden für gute Laune zu sorgen.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

OTE-Gruppe (OTE & Cosmote):

- „Thales CEO & CSR Awards" 2012: Dritter Platz im Thales-Preis für vorbildliche gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der Kategorie „Beliebtestes Unternehmen im Bereich gesellschaftliche Verantwortung"
- „BRAVO Sustainable Development Awards" 2012 für nachhaltige Entwicklung: Auszeichnung von OTE und Cosmote in der Kategorie „Beste Nachhaltigkeitsberichte"
- „Boussias Communications/Plant Management PPC Environmental Awards" 2013 für Umweltschutz: „Grand Waste Management Award" für Abfallvermeidung, Abfallrecycling und Entsorgung von Sondermüll sowie für Klimaschutz – Minimierung von Treibhausgasemissionen

Cosmote:

- „Thales CEO & CSR Awards" 2012: Zweiter Platz in der Kategorie „Beste CSR-Kampagne/Kommunikation" für die Initiative „Our world is you"
- „BRAVO Sustainable Development Awards" 2012 für nachhaltige Entwicklung: Auszeichnung in den Kategorien Umwelt und Governance im Rahmen des „Perception Index"
- „European Business Awards" 2012 (EBA): „Nationaler Champion" beim „Greece Award" in der Kategorie „Millicom-Preis für ökologische und unternehmerische Nachhaltigkeit"
- Erster Platz im WWF Environmental Management & Disclosure Index 2012 innerhalb des griechischen Telekommunikationssektors
- Beteiligung an einer Initiative zur Förderung der Internet-Sicherheit gemeinsam mit der Abteilung Jugendgesundheit der zweiten Pädiatrischen Klinik der Universität Athen

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



„OTE gehört zu den größten Unternehmen Griechenlands und Südosteuropas. Wir sehen uns als positive, nachhaltig wirksame Kraft, die das wirtschaftliche Wachstum in den Ländern, in denen wir vertreten sind, stärkt. Wir schaffen ein stabiles Unternehmen, das als unumstrittener Branchenführer einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Griechenland und anderen südosteuropäischen Ländern leistet."

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	OTE ist der führende, integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa. Das Unternehmen stellt in angrenzenden Märkten mit einer Bevölkerung von nahezu 45 Millionen modernste Sprach-, Mobilfunk- und Breitband-Dienste bereit. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien, über Globul in Bulgarien und über AMC in Albanien vertreten.
	▪ Griechenland:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Marktführer
	▪ Rumänien:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Herausforderer
	▪ Bulgarien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt
	▪ Albanien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden	▪ Griechenland:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 3 126 272
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 204 0980
	  ▪ OTE-TV-Kunden: 119 771
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 7 697 322
	▪ Rumänien:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 2 329 042
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 196 561
	  ▪ TV-Kunden: 1 265 325
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 6 285 830
	▪ Bulgarien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 4 518 191
	▪ Albanien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 1 874 221

Anzahl der Mitarbeiter	▪ Festnetz-Sparte, Griechenland: 8 750 ▪ Mobilfunk-Sparte: 8 579 ▪ Festnetz-Sparte, Rumänien: 7 418
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.ote.gr www.cosmote.gr
CR-Bericht von OTE	OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Im Jahr 2013 veröffentlichen OTE und Cosmote den ersten gemeinsamen CR-Bericht.

OTE.

Unser CR-Highlight: Engagement für Kinder.

Zum zehnten Mal in Folge stellte OTE unter dem Motto „Kindern Freude schenken" mehreren Organisationen in der Weihnachtszeit (am 25. Dezember, 1. und 6. Januar) einen Teil der Erlöse aus Kundentelefonaten zur Verfügung. Insgesamt 230 000 Euro gingen an

- „Together for Children", einen Verband aus zehn gemeinnützigen Organisationen,
- „MDA Hellas", eine Vereinigung zur Unterstützung von Menschen mit Muskelerkrankungen,
- sowie den Verband „The Smile of the Child".

Auszeichnungen und neue Mitgliedschaften:

OTE-Gruppe (OTE & Cosmote):

- „Thales CEO & CSR Awards" 2012: Dritter Platz im Thales-Preis für vorbildliche gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen in der Kategorie „Beliebtestes Unternehmen im Bereich gesellschaftliche Verantwortung"
- „BRAVO Sustainable Development Awards" 2012 für nachhaltige Entwicklung:Auszeichnung von OTE und Cosmote in der Kategorie „Beste Nachhaltigkeitsberichte"
- „Boussias Communications/Plant Management PPC Environmental Awards" 2013 für Umweltschutz: „Grand Waste Management Award" für Abfallvermeidung, Abfallrecycling und Entsorgung von Sondermüll sowie für Klimaschutz – Minimierung von Treibhausgasemissionen

OTE

- National Corporate Responsibility Index (CR-Index): Auszeichnung „Gold" für die CR-Aktivitäten von OTE sowie den „Umweltpreis"
- Auszeichnung beim CSR Reporting Forum 2012: Dritter Preis der Universität der Ägäis für „höchste Qualität" des CR-Berichts 2011 (auf Grundlage der überarbeiteten GRI-G3.1-Standards)
- „myclimate Green Leader Award" für die Senkung von CO_2-Emissionen
- Beitritt der OTE zum Verband Saferinternet.gr, der unter der Schirmherrschaft der Europäischen Kommission Internet-Nutzer für Gefahren im Netz sensibilisiert

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



„OTE gehört zu den größten Unternehmen Griechenlands und Südosteuropas. Wir sehen uns als positive, nachhaltig wirksame Kraft, die das wirtschaftliche Wachstum in den Ländern, in denen wir vertreten sind, stärkt. Wir schaffen ein stabiles Unternehmen, das als unumstrittener Branchenführer einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Griechenland und anderen südosteuropäischen Ländern leistet."

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	OTE ist der führende, integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa. Das Unternehmen stellt in angrenzenden Märkten mit einer Bevölkerung von nahezu 45 Millionen modernste Sprach-, Mobilfunk- und Breitband-Dienste bereit. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien, über Globul in Bulgarien und über AMC in Albanien vertreten.
	▪ Griechenland:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Marktführer
	▪ Rumänien:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Herausforderer
	▪ Bulgarien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt
	▪ Albanien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden	▪ Griechenland:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 3 126 272
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 204 0980
	  ▪ OTE-TV-Kunden: 119 771
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 7 697 322
	▪ Rumänien:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 2 329 042
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 196 561
	  ▪ TV-Kunden: 1 265 325
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 6 285 830
	▪ Bulgarien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 4 518 191
	▪ Albanien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 1 874 221

Anzahl der Mitarbeiter	▪ Festnetz-Sparte, Griechenland: 8 750 ▪ Mobilfunk-Sparte: 8 579 ▪ Festnetz-Sparte, Rumänien: 7 418
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.ote.gr www.cosmote.gr
CR-Bericht von OTE	OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Im Jahr 2013 veröffentlichen OTE und Cosmote den ersten gemeinsamen CR-Bericht.

GROSSBRITANNIEN.

T-Systems Ltd.

Unsere CR-Highlights: „1,000 Days for Charity".

Mitarbeiter von T-Systems haben die Möglichkeit, sich einen Tag pro Jahr für eine gemeinnützige Organisation ihrer Wahl zu engagieren und damit gezielt jene Anliegen zu unterstützen, die ihner am wichtigsten sind. Hierzu wurde ein einfaches Buchungssystem eingerichtet, in dem die gemeinnützigen Einsatztage anwenderfreundlich erfasst werden. Im Intranet von T-Systems erhalten die Mitarbeiter außerdem Gelegenheit, in Blogs über ihren Freiwilligeneinsatz zu berichten. Bis heute wurden in Großbritannien 19 gemeinnützige Organisationen, teilweise auch von mehreren Mitarbeitern, unterstützt. Das Programm „1,000 Days for Charity" kommt der Gesellschaft im Allgemeinen zugute, indem es über das Jahr hinweg eine Vielzahl an Projekten unterstützt. Gleichzeitig ermöglicht es T-Systems, das Engagement seiner Mitarbeiter zu stärken.

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



„Die gesellschaftliche Verantwortung unseres Unternehmens (Corporate Responsibility, CR) ist ein wichtiges Thema, das uns dabei hilft, ein starkes und positives Gefühl der Zusammengehörigkeit in unseren Teams zu entwickeln. CR zeigt, wie ein Unternehmen seine ethischen Grundsätze umsetzt und dafür sorgt, dass sich dies positiv auf seine Stakeholder auswirkt. Es ist ein vielschichtiges Thema, das uns unsere dreifache Verantwortung im sozialen, ökologischen und wirtschaftlichen Bereich bewusst macht. Unsere Stakeholder erwarten von uns, dass wir uns in diesen Bereichen kontinuierlich verbessern. Dabei wird es immer wichtiger, unser Engagement deutlich zu machen, indem wir unseren Verpflichtungen für unsere Mitarbeiter, für die Menschen an unseren Standorten und für die Umwelt nachkommen.

Immer mehr Kunden erwarten von uns eine klare Strategie der gesellschaftlichen Verantwortung, die ihr eigenes Engagement ergänzt. Sie betrachten dies als Bedingung für eine geschäftliche Beziehung. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung ist außerdem eine Voraussetzung dafür, dass wir auf unser Unternehmen und unsere Mitarbeiter stolz sein können. Aufgrund der Komplexität dieses Themas und der Vielzahl der damit verbunden Fragen haben wir eine Arbeitsgruppe eingerichtet, mit der wir CR weiter voranbringen wollen."

Daniela Zuin, Leiterin Strategieentwicklung

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems ist einer der führenden ICT-Dienstleister in Großbritannien. In den letzten vier Jahren sind die Umsätze um durchschnittlich über 10 Prozent pro Jahr gestiegen und haben sich damit weit besser als der Markt im Allgemeinen entwickelt. Mit BP, TUI Travel und Everything Everywhere konnten wichtige Vertragspartner gewonnen werden, die den Markt für Cloud Computing und Unified Communications entscheidend prägen. In Großbritannien arbeitet T-Systems mit Unternehmen aus den unterschiedlichsten Wirtschaftszweigen zusammen – darunter die Branchen Energie, Automobilbau, verarbeitende Industrie und Logistik. Wir konzentrieren uns auf unsere weltweiten ICT-Kompetenzen und -erfahrungen, um multinationalen Unternehmen in Großbritannien die Möglichkeit zu geben, ihren Geschäftserfolg weiter zu steigern.
Anzahl Mitarbeiter	1 112 (Stand: März 2012)
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2002
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.co.uk

KROATIEN.

T-HT Hrvatski Telekom.

Unser CR-Highlight: Gemeinsam sind wir stärker.

„Gemeinsam sind wir stärker" – unter diesem Motto veranstaltet T-HT Hrvatski Telekom jedes Jahr eine Spendenkampagne. Dabei werden die Mitarbeiter des Unternehmens aufgerufen, geeignete Projekte vorzuschlagen. Die besten, in Einklang mit den CR-Handlungsfeldern „Vernetztes Leben und Arbeiten", „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft" und „Klimaschutz" stehenden Projekte werden ausgewählt und anschließend beispielsweise über TV-Spots und soziale Netzwerke einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht.

Die Kampagne startete Anfang Mai 2012 mit einem Aufruf an die Mitarbeiter, in den folgenden zwei Monaten geeignete Projekte vorzuschlagen. Aus den insgesamt 125 eingereichten Vorschlägen wurden schließlich 20 Projekte ausgewählt. Die TV-Kampagne zu diesen Projekten startete im Dezember 2012 und lief bis Mitte Januar 2013.

Spendenkampagne „Gemeinsam sind wir stärker" (auf Ungarisch)



Unsere Auszeichnungen und Mitgliedschaften:

- 23. März 2012: Aufnahme in den CR-Index (Indeks DOP-a), der vom kroatischen Wirtschaftsrat für nachhaltige Entwicklung (HRPSOR) herausgegeben wird
- 18. Oktober 2012: Auszeichnung als „Bestes Unternehmen in Kroatien im Bereich Investor Relations" durch die Zeitschrift Poslovni Dnevnik
- Teilnahme am Global Compact der Vereinten Nationen und Veröffentlichung des dazugehörigen jährlichen Fortschrittsberichts

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Freiwilligentag in Kroatien



- CR-Berichterstattung
- Stakeholder Dialog
- Netztechnologie Terastream
- 4G-/LTE-Ausbau
- Nahfeldkommunikation
- Corporate Volunteering
- Stipendienprogramme
- Erneuerbare Energien
- Energieeffizienzmaßnahmen
- Energieeffiziente Gebäude

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



„Wir haben Corporate Responsibility im Einklang mit den Interessen unserer Stakeholder vollständig in der langfristigen Strategie von T-HT Hrvatski Telekom verankert. Zudem wenden wir eine ausgereifte interne Umweltschutzrichtlinie an und bekennen uns zu den Grundsätzen des Global Compact der Vereinten Nationen."

Ivica Mudrinić, CEO von T-HT Hrvatski Telekom

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	**T-HT Hrvatski Telekom** ist der führende Anbieter von Telekommunikationsdiensten in Kroatien. Als einziger kroatischer Netzbetreiber bietet das Unternehmen das gesamte Spektrum von Festnetz- und Mobilfunk-Diensten, Datenübertragung, Internet und internationaler Kommunikation. Zu den Kernaktivitäten von Hrvatski Telekom d. d. und anderen Tochtergesellschaften von T-HT Hrvatski Telekom zählen die Bereitstellung von Telekommunikationsdiensten sowie der Aufbau von Telekommunikationsnetzen in Kroatien.
Geschäftsfelder	Neben Sprachdiensten im Festnetz (Festnetz-Anschlüsse und -verkehr sowie Zusatzdienste im Festnetz) bietet der Konzern auch Internet-Dienste, darunter IPTV, Datenübertragung (Mietleitungen, Metro-Ethernet, IP/MPLS, ATM) sowie GSM-, UMTS- und LTE-Mobilfunknetze.
Anzahl Kunden	Festnetz-Anschlüsse: 1,3 Millionen, Mobilfunk-Kunden: 2,3 Millionen, Breitbandanschlüsse: 658 000, IPTV: 364 000
Anzahl Mitarbeiter	5 780
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	1999
Weitere Informationen im Internet	www.t.ht.hr
CR-Bericht von T-HT Hrvatski Telekom	Nachhaltigkeitsbericht 2011

MALAYSIA.

T-Systems Malaysia.

Unser CR Highlight: Flohmarkt für gemeinnützige Zwecke bei T-Systems Malaysia.

Im Juli 2012 organisierte unser Team aus der Unternehmenskommunikation zusammen mit Ausschussmitgliedern des Sport- und Freizeitclubs einen dreitägigen Flohmarkt für gemeinnützige Zwecke. Durch den Verkauf von selbst gemachten Keksen, Kuchen, verschiedenen Reis- und Nudelgerichten sowie von Taschen, Büchern, Ballons und vielen anderen Gegenständen wurde ein Erlös von 11 124 Ringgit (2 799 Euro) erzielt. Die Einnahmen wurden zu 100 Prozent einer malaysischen Hilfsorganisation übergeben, die Schwerkranken in Armut hilft, indem sie diese landesweit in vielen Krankenhäusern mit Rollstühlen und anderen medizinischen Ausrüstungsgegenständen versorgt.

Der Flohmarkt bot nicht nur gute Möglichkeiten, um sozial benachteiligten Menschen zu helfen. Kollegen aus unterschiedlichen Service Lines hatten dabei auch Gelegenheit, einander näher kennenzulernen. Es war beeindruckend, mit welchem Engagement sich die Freiwilligen für die Hilfsbedürftigen vor Ort einsetzten.

Flohmarkt für gemeinnützige Zwecke





Wohltätigkeitsaktion im Waisenhaus




Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- Hilfe für Bedürftige
- Stipendienprogramme

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



„Malaysia ist sehr stolz auf seine vielfältige Kultur. Eine Balance zwischen Berufs- und Privatleben hat hier großes Gewicht. Als internationales Unternehmen mit einem strategisch wichtigen Standort in Malaysia ist es für T-Systems wichtig, die kulturelle Vielfalt vor Ort zu respektieren und ihr durch entsprechende Arbeitsbedingungen Rechnung zu tragen. T-Systems wurde von der malaysischen Regierung in den Anfangsjahren unterstützt. Daher ist es wichtig, dass T-Systems nun im Rahmen seiner unternehmerischen Verantwortung etwas zurückgibt und sich auf lokaler wie nationaler Ebene gesellschaftlich engagiert.

Seit der Gründung im Jahr 2008 hat T-Systems Malaysia seine Mitarbeiter ermutigt und dabei unterstützt, Spendengelder für benachteiligte Gruppen in unserer Gesellschaft zu sammeln. Im Zeitraum 2010 bis 2012 kamen diese Spenden Waisenkindern vor Ort zugute. Wir fördern außerdem ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Arbeits- und Privatleben durch viele Sport- und Gemeinschaftsaktivitäten unseres Sport- und Freizeitclubs. Dies fördert den Gemeinschaftsgeist auch außerhalb des üblichen Arbeitsumfelds."

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

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Malaysia bietet Kunden weltweit ICT-Lösungen an. Sitz des Unternehmens ist Cyberjaya. In zwei Rechenzentren in Malaysia und an anderen Produktionsstandorten stellen rund 1 100 Mitarbeiter weltweit wichtige Support-Funktionen bereit.
Anzahl Kunden	Zwei multinationale Unternehmen sowie mehrere Unternehmen aus dem asiatisch-pazifischen Raum
Anzahl Mitarbeiter	Rund 1 000
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.com.my

MAZEDONIEN.

Makedonski Telekom.

Unser CR-Highlight: Ausbau des All-IP-Netzes.

Makedonski Telekom hat ihr IP-basiertes Netz im Berichtszeitraum weiter ausgebaut. Bis Ende 2013 soll die Modernisierung des Netzes mit einer Gesamtinvestition von 14 Millionen Euro abgeschlossen sein. Innerhalb der ersten neun Monate des Projekts wurden 100 000 Kunden in das IP-Netz migriert, die seitdem alle Vorteile der neuen, IP-gestützten Multimedia-Plattform nutzen können. Durch den Austausch der alten digitalen Telefontechnik und dank neuer, konvergenter Multimedia-Dienste in höchster Qualität erleichtert das Unternehmen den Alltag seiner Kunden. Darüber hinaus wird die neue, IP-basierte Technologie den Gesamtenergieverbrauch des Netzes erheblich senken, sobald die alte digitale Technik ausgemustert worden ist. Dank der Investitionen des Unternehmens in diese neue Technologie wird Mazedonien das erste Land in Südosteuropa mit einem komplett IP-gestützten Netz sein.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- All-IP Netztechnologie
- Papierlose Rechnung
- Sozialtarife
- Corporate Volunteering
- Corporate Giving
- Frühkindliche Entwicklungsförderung
- „Elektronische" Klassenzimmer
- gute Umgangsformen im Netz
- Lieferantenmanagementsystem
- Energieeffiziente Gebäude
- Klimaschonende Mobilität

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



"Heutzutage erwarten Stakeholder mehr von einem Unternehmen als schwarze Zahlen – es soll Verantwortung übernehmen, die über das Ziel des gesunden Wirtschaftens hinausgeht. In Mazedonien gelten diese Erwartungen gerade für Großunternehmen, die hohe Gewinne erwirtschaften. Für Makedonski Telekom als einen der größten Akteure in der mazedonischen Wirtschaft ist es daher sehr wichtig, sich für Nachhaltigkeit zu engagieren. Dabei müssen wir geeignete CR-Maßnahmen wählen, um die richtigen Weichen zu stellen. Wir wollen jedoch unsere Rolle als verantwortliches Unternehmen nicht nur über Sponsoring und Spenden sichtbar machen – so wie Corporate Responsibility in Mazedonien meist verstanden wird. Makedonski Telekom will der Öffentlichkeit und dem direkten Umfeld vermitteln, dass CR Engagement für das Gemeinwohl bedeutet: Fairness gegenüber den Mitarbeitern, ethisches Verhalten und Verantwortung gegenüber der Umwelt. Dabei können wir uns auf die Initiativen und Erfahrungen des Konzerns Deutsche Telekom stützen. Unsere Aufgabe besteht nicht nur darin, Produkte und Dienste bereitzustellen, sondern die Erwartungen unserer Kunden zu erfüllen und ihre Lebensqualität zu verbessern."

Daniel Szasz, CEO von Makedonski Telekom



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

Zarko Lukovski, CEO von T-Mobile Macedonia

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Makedonski Telekom hat einen Marktanteil von 73 Prozent im Festnetz-Bereich und 54 Prozent im Bereich Breitband. T-Mobile Macedonia hat einen Marktanteil von über 48 Prozent im Mobilfunk-Bereich. Die mazedonischen Landesgesellschaften sind damit in ihren Geschäftsfeldern Marktführer in der EJR Mazedonien. (Daten beruhen auf internen Schätzungen)
Anzahl Kunden	Festnetz: 296 000 Breitband: 172 000 IPTV: 67 000 Mobilfunk: 1 200 000
Anzahl Mitarbeiter	1 623 (Makedonski Telekom: 1 227; T-Mobile Macedonia: 396)
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2000
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.mk

MONTENEGRO.

Crnogorski Telekom.

Unser CR-Highlight: Katastrophenhilfe und freies Internet für Schulen.

Kostenlose ADSL-Anschlüsse für Grund- und weiterführende Schulen.
Crnogorski Telekom, die montenegrinische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom, stellt kostenlose ADSL-Anschlüsse für Grund- und weiterführende Schulen in Montenegro zur Verfügung. Ziel ist es, PC- und Internet-Kenntnisse in Theorie und Praxis zu verbessern, die Bedeutung des Internets bewusster zu machen und die Informationskultur in Montenegro zu fördern. Insgesamt nahmen 150 Schulen am Programm teil; die diesbezüglich geschlossene Vereinbarung mit dem montenegrinischen Ministerium für Bildung und Wissenschaft wurde verlängert.

Katastrophenhilfe in Montenegro.
Im Februar 2012 war Montenegro von schweren Schneestürmen betroffen. Crnogorski Telekom übergab dem montenegrinischen Roten Kreuz daraufhin eine Spende in Höhe von 10 000 Euro. Zudem wurde ein Spendentelefon eingerichtet, wobei jeder Anruf mit einer Spende von einem Euro verbunden war. Daraus ergab sich in dem Monat, in dem die Spenden-Hotline in Betrieb war, eine Spendensumme von 13 269 Euro. Daneben beteiligten sich 50 Mitarbeiter des Unternehmens an der Räumung von Straßen vor dem Institut für öffentliche Gesundheit in Podgorica, dem wichtigsten Krankenhausstandort sowie dem Hauptsitz des Unternehmens. Da viele Menschen durch den Schnee abgeschnitten waren, waren Mobiltelefone oft die einzige Möglichkeit, um mit der Außenwelt zu kommunizieren. Die Wartungsteams des Unternehmens waren rund um die Uhr im Einsatz, um den Betrieb aufrechtzuerhalten oder Verbindungen wiederherzustellen. Sie verdienten sich damit die Anerkennung der Öffentlichkeit und der Medien in Montenegro.



Beispiele unseres CR-Engagements:

- Modernisierung des Mobilfunknetzes
- 4G-/LTE-Ausbau
- Papierlose Rechnung
- Sozialtarife
- Blutspendenaktionen
- Hilfe für Bedürftige
- Energieeffizienzmaßnahmen
- Klimaschonende Mobilität

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



„Als führendes Telekommunikationsunternehmen in Montenegro ist es unsere Verantwortung, landesweit Vorreiter bei der Entwicklung zu einer Informationsgesellschaft zu sein. Unser Ziel ist es, die Lebensqualität möglichst vieler Bürger Montenegros zu verbessern, indem wir ihnen den Zugang zu modernen ICT-Diensten ermöglichen – überall und für jeden Zweck.

Als eines der größten und erfolgreichsten Unternehmen in Montenegro – nicht nur innerhalb der Telekommunikationsbranche – tragen wir eine besonders hohe Verantwortung. Deshalb bringt sich Crnogorski Telekom aktiv in allen Bereichen der montenegrinischen Gesellschaft ein."

Rüdiger Schulz, Vorstandsvorsitzender von Crnogorski Telekom

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Crnogorski Telekom ist das führende Telekommunikationsunternehmen in Montenegro. Im Festnetz-Bereich hat Crnogorski Telekom einen Marktanteil von 98,14 Prozent, bei ADSL von 82,63 Prozent und bei IPTV von 42,04 Prozent. Im Bereich Mobilfunk hat Crnogorski Telekom einer Marktanteil von 34,32 Prozent.
Anzahl Kunden	Mobilfunk: 340 032 Festnetz: 166 641 ADSL: 69 608 IPTV: 55 475
Anzahl Mitarbeiter	727
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2005
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.me Weitere Informationen zum CR-Engagement von Crnogorski Telekom im aktuellen Geschäftsbericht 2012 (Seiten 26-27).

NIEDERLANDE.

T-Mobile Netherlands.

Unser CR-Highlight: T-Mobile Netherlands verlängert Zusammenarbeit mit War Child bis Ende 2014.

Im November 2012 verlängerte T-Mobile Netherlands die Zusammenarbeit mit War Child um weitere zwei Jahre. War Child ist eine gemeinnützige internationale Organisation, die sich für Kinder in Kriegsgebieten engagiert.

T-Mobile Netherlands betätigt sich seit Jahren als Hauptsponsor von War Child, um vom Krieg betroffenen Kindern eine bessere Zukunft zu ermöglichen. T-Mobile leistet dabei finanzielle Unterstützung für Programme in Sri Lanka, die Kindern helfen, ihre furchtbaren Erfahrungen zu bewältigen. Zudem stellt T-Mobile Netherlands moderne Medien bereit, damit Kinder in verschiedenen an dem Programm teilnehmenden Ländern sich austauschen können. Das Unternehmen sucht aktiv nach neuen Wegen, wie mithilfe von ICT und modernen Medien mehr Kinder erreicht werden können. Darüber hinaus trägt T-Mobile Netherlands sämtliche Telefonkosten von War Child – in den Niederlanden wie im Ausland – und stellt damit noch mehr Mittel für die Arbeit mit Kindern aus Kriegsgebieten zur Verfügung.

Spendenübergabe an die Organisation War Child



Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Erneuerbare Energien

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



„Als Telekommunikationsunternehmen haben wir einen großen Einfluss auf die Gesellschaft. Durch unsere CR-Projekte, Produkte und Dienste bauen wir diesen Einfluss weiter aus. Mit ihnen ermöglichen wir es unseren Geschäfts- und Privatkunden gleichermaßen, Umweltbelastungen zu reduzieren und ihren eigenen positiven Einfluss zu stärken. Wir betrachten es als Aufgabe und Chance, diese Entwicklung weiter voranzubringen. Wir sehen uns gern in der Rolle, Auslöser von Verhaltensänderungen zu sein, und wissen, dass dazu persönliches Engagement unerlässlich ist. Und wir lassen unseren Worten Taten folgen, indem wir die von uns selbst verursachten Umweltbelastungen reduzieren und unserem Markenversprechen „Erleben, was verbindet" gerecht werden – durch soziale Projekte, die selbst die Bürger unseres Landes bemerkenswert finden."

Erwin Zijlstra, Leiter Corporate Communications

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Mobilfunk. T-Mobile ist mit einem Marktanteil von rund 25 Prozent das drittgrößte Unternehmen in diesem Markt.
Anzahl der Kunden	4,7 Millionen
Anzahl der Mitarbeiter	1 646 Vollzeitkräfte
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	100 Prozent seit 2002
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.nl
CR-Bericht von T-Mobile Netherlands	Der CR-Jahresbericht 2011 ist unter www.t-mobile.nl/corporate/mvo verfügbar

ÖSTERREICH.

T-Mobile Austria.

Unser CR-Highlight: TUN-Fonds und lobby.16@t-mobile.

Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds der T-Mobile Austria.
Der gemeinnützige T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds (TUN-Fonds) fördert Projekte, die zu Energieeffizienz und Klimaschutz sowie zum umweltbewussten Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) und dem Umwelt-, Natur- und Artenschutz beitragen.

Gemäß dem Leitspruch „Gemeinsam mehr tun" unterstützt der TUN-Fonds mit Preisgeldern Projekte, die mithilfe von ICT kreative Lösungsansätze für Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme aufzeigen. Mit insgesamt 50 000 Euro Preisgeld wurden im Bereichszeitraum folgende Projekte umgesetzt:

- „CSI: Styria – Climate Safety Investigation
- "Smartphone-App für www.naturbeobachtung.at
- klima[trick], ein Trickfilmwettbewerb für Jugendliche zum Thema Klimawandel

„CSI: Styria – Climate Safety Investigation" wurde in der Online-Abstimmung zum besten Projekt gewählt. Die Projektidee: Schüler erlernen Kenntnisse über den Klimaschutz, beispielsweise zum Energiesparen, und werden als Multiplikatoren gewonnen. Sie tragen ihr Wissen in die Familien und motivieren ihre Eltern zum Mitmachen. Die Inhalte werden in jugendtauglichen Medien aufbereitet und somit aus der Schule in den Privatbereich transportiert.

In der zweiten Ausschreibung wurden bis zum 26. November 2012 37 Projekte eingereicht. Die Bekanntgabe der drei Siegerprojekte erfolgte im Rahmen einer TUN-Fonds-Gala am 24. April 2013. Dabei wurden erstmals auch Schülerprojekte mit insgesamt 3 000 Euro gefördert.

TUN-Fonds Pressekonferenz (Gründung des Fonds)

lobby.16@t-mobile.at – Förderprogramm für jugendliche Flüchtlinge.
T-Mobile Austria hat das Projekt Bildungswege gemeinsam mit lobby.16 weiterentwickelt und 2012 erstmals ein Modul umgesetzt, das jungen Flüchtlingen die für eine Ausbildung nötigen Qualifikationen vermittelt. Das sechsmonatige Förderprogramm beinhaltet Deutsch-, Englisch- und Mathematikkurse und wird durch branchenspezifische Schulungen ergänzt. Im Fall von T-Mobile Austria sind dies Produktschulungen, Kommunikations- und Verkaufstrainings sowie Praxistage im Shop und im Customer Service. 2012 bereitete T-Mobile so vier Jugendliche auf die Lehre als Einzelhandelskauffrau/-mann mit Schwerpunkt Telekommunikation sowie auf die Lehre als Bürokauffrau/-mann vor.

Am 1. Mai 2012 wurde der Verein lobby.16 für sein Engagement bei der beruflichen und sozialen Integration jugendlicher Flüchtlinge, die ohne Angehörige in Österreich leben, mit der „SozialMarie" ausgezeichnet. Das von lobby.16 und T-Mobile Austria weiterentwickelte Programm wurde inzwischen von anderen Unternehmen übernommen.

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



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

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

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

Mit zukunftsorientierten Technologien und Produkten wollen wir unseren CO_2-Footprint langfristig reduzieren. Statt selbst Teil des Problems zu sein, kann Telekommunikation wesentlich zur Lösung von Umweltproblemen beitragen: Darum vergibt der von T-Mobile Austria gegründete gemeinnützige TUN-Fonds (T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds) jährlich Preise im Umfang von 50 000 Euro für Projekte, die innovative Lösungen für Umweltprobleme entwickeln. Der frühere EU-Kommissar Franz Fischler ist dabei als Juryvorsitzender Garant für die hohe Qualität und Autonomie dieser Projekte."

Andreas Bierwirth, CEO T-Mobile Austria

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Austria bedient mit den Marken T-Mobile und tele.ring 4,1 Millionen Kunden und ist damit der zweitgrößte Mobilfunk-Anbieter Österreichs.
Anzahl Kunden	4 100 000
Anzahl Mitarbeiter	1 400
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2000
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.at Weitere Informationen zum CR-Engagement: http://www.t-mobile.at/nachhaltigkeit
Lokaler CR-Bericht	Nachhaltigkeitsbericht 2010 T-Mobile Austria

T-Systems Austria.

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

Um zu einer Verringerung der digitalen Kluft in der Gesellschaft beizutragen, hat T-Systems Austria gemeinsam mit dem Wiener Bezirk Margareten und dem Betreiber der österreichischen Social-Media-Plattform Sankt Onlein im Jahr 2012 das Projekt „Gemeindebau 3.0“ in Wien gestartet. Gemeindebau 3.0 bietet den überwiegend einkommensschwachen Bewohnern der Wohnanlage Körnerhof sowie angegliederten Einrichtungen wie dem örtlichen Jugendzentrum Zugang zu moderner Informations- und Kommunikationstechnologie. Dafür hat T-Systems einen mit Multimedia ausgestatteten Container – die sogenannte T-Systems Media Box – als Lehr- und Kommunikationszentrum in der Wohnanlage aufgestellt. Im Rahmen von Corporate Volunteering führen neben einer Vielzahl an Kooperationspartnern auch T-Systems-Mitarbeiter dort ehrenamtlich Schulungen für die Bewohner durch, unter anderem Computerkurse für Frauen sowie Basisschulungen in Word und Excel. Bis November 2012 nahmen mehr als 250 der insgesamt 3 000 Bewohner an den Schulungen teil, insbesondere Frauen und Jugendliche. Begleitend hat T-Systems-Partner Sankt Onlein die Informations- und Social-Media-Plattform www.koernerhof.at ins Leben gerufen, bei der sich seit dem Start bereits rund 200 Personen registriert haben. Die Plattform dient der Vernetzung im Quartier und stellt quartiersbezogene Informationen wie Programmen und Anmeldeformularen für die Schulungen in der Media Box sowie Informationen zu Ärzten, Kinderbetreuung und Veranstaltungen im Wohnbezirk bereit.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- T-Systems Austria wurde 2012 vom ÖkoBusinessPlan Wien für sein Umweltmanagementsystem ISO 14001 ausgezeichnet.
- Am 20. Juni 2012 erhielt T-Systems Austria den „NetApp Innovation Award" für die innovative Systemlandschaft „monobloc".

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Corporate Giving
lobby.16
Klimaschonende Mobilität

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



„In Österreich setzen wir unsere CR-Schwerpunkte auf Umwelt und Bildung. Die gezielte Förderung junger Talente insbesondere im technischen Umfeld sowie die Förderung der IT-Kompetenz von benachteiligten Menschen ist uns ein ganz besonderes Anliegen. Wir unterstützen daher auf der einen Seite den österreichischen Schülerwettbewerb mit dem Jugend Innovativ Sonderpreis „idea.goes.app Award" von T-Systems – einer Auszeichnung für innovative Schülerprojekte in den Bereichen Gesundheit, Energie und Mobilität. Auf der anderen Seite setzen wir uns für junge, unbegleitete Flüchtlinge ein, indem wir ihnen IT-Kurse und Praktikumsplätze anbieten, um ihnen den Zugang zur Informationsgesellschaft zu erleichtern und sie in unsere Gesellschaft besser zu integrieren.

Wir engagieren uns auch für unsere Umwelt mit Pionierleistungen im Bereich Green IT und durch die Stärkung eines nachhaltigen Handelns in unserer gesamten Wertschöpfungskette. Mit einer State-of-the-Art-Technologie und -Infrastruktur in unseren Datencentern bieten wir unseren Kunden ICT-Lösungen, die den Energieverbrauch senken und zu einer Verbesserung des CO_2-Fußabdrucks führen. Optimierbare Bereiche und potenzielle Energieeinsparungen lassen sich mit unserem Green Dynamics Tool anschaulich illustrieren.

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

Martin Katzer, Vorsitzender der Geschäftsführung von T-Systems Austria

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Austria ist auf Platz fünf im österreichischen ICT-Markt. Das Unternehmen bietet Geschäftskunden das gesamte Portfolio an ICT-Dienstleistungen an, in den Bereichen Datencenter und Dynamic Services ist T-Systems Austria Marktführer.
Anzahl Kunden	Rund 300
Anzahl Mitarbeiter	Rund 600
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.at

POLEN.

PTC.

Unser CR-Highlight: Interner CR-Audit nach ISO 26000.

Im Berichtszeitraum wurde PTC als erstes polnisches Unternehmen und gleichzeitig als erstes T-Mobile-Unternehmen nach ISO 26000 auditiert. Dabei wurden unter anderem die internen Prozesse des Unternehmens von einem unabhängigen Wirtschaftsprüfer geprüft und beurteilt. Außerdem wurden 33 interne und externe Stakeholder und 54 Mitarbeiter befragt. Anhand der Befragungen erarbeiteten wir eine Stakeholder-Übersicht, bestimmten die Erwartungen von Mitarbeitern und Stakeholdern und stellten in der Öffentlichkeit klar, dass CR für PTC ein wichtiges Anliegen ist.

Auszeichnungen und neue Mitgliedschaften im Berichtszeitraum:

- Am 15. März 2012 wurde PTC zum dritten Mal als „Bester Arbeitgeber Polens" ausgezeichnet. Der Preis wird von dem internationalen Forschungsinstitut Corporate Research Foundation verliehen. Im Vorfeld werden die Strategien, Aktivitäten und Richtlinien der Unternehmen nach Kriterien wie Vergütungskonditionen und Nebenleistungen, Arbeitsbedingungen, Aus- und Weiterbildung, Aufstiegsmöglichkeiten und Unternehmenskultur eingehend betrachtet.
- Am 11. Dezember 2012 wurde PTC im Rahmen der „100% Employee Volunteering Awards" für ihre gemeinnützige Weihnachtsauktion gewürdigt. Von den 17 eingereichten Projekten in der Kategorie „Freiwilligenprogramme für Mitarbeiter" erreichte PTC einen Platz unter den besten Drei. Der Preis wird vom polnischen Verbund der Freiwilligenzentren verliehen.
- Am 13. Dezember 2012 wurde PTC bereits zum vierten Mal mit der „Goldenen Karte" für vorbildlichen Arbeitsschutz ausgezeichnet. Das Zertifikat wird vom Zentralinstitut für Arbeitsschutz – Nationales Forschungsinstitut (CIOP-PIB) an Unternehmen verliehen, die unter anderem systematisch Präventionsmaßnahmen durchführen und Verbesserungen im Arbeits- und Gesundheitsschutz erzielen.
- Im Januar 2013 trat PTC dem Responsible Business Forum bei, der ältesten und größten NGO Polens, die sich intensiv mit dem Thema der gesellschaftlichen Verantwortung von Unternehmen auseinandersetzt. Das Forum ist eine Denk- und Handlungsfabrik, die verantwortungsbewusstes Unternehmertum fördert und dabei gesellschaftliche wie ökologische Auswirkungen berücksichtigt.
- Im Dezember 2012 trat PTC der internationalen Initiative „Charta der Vielfalt" bei.





Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- Papierlose Rechnung
- Kinder- und Jugendschutz
- Weihnachtsspendenaktion
- Corporate Giving
- Spendenlauf
- Interne Ökokampagne
- Elektrorecycling

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



„Corporate Responsibility ist seit jeher ein fester Bestandteil der Strategie von PTC. Wir haben unsere starke Marke nicht nur durch Dienste in höchster Qualität aufgebaut. Auch die Leidenschaft und das Engagement unserer Mitarbeiter sowie das Vertrauen unserer Kunden und der Öffentlichkeit spielen dabei eine wichtige Rolle. Heute verfügt PTC mit T-Mobile über eine der stärksten Marken im Telekommunikationssektor – entwickelt auf der Grundlage moderner Führungsgrundsätze und verantwortungsvollen Unternehmenshandelns beziehungsweise Corporate Responsibility. Unsere tägliche Arbeit basiert auf dem Code of Conduct, dessen Grundsätze nicht nur unser Verhalten am Arbeitsplatz, sondern auch die Beziehung zu allen Stakeholdern prägen.

Wir hören unseren Stakeholdern zu. Ihre Meinung ist uns wichtig und inspiriert uns in unserem Handeln. Im Rahmen eines Audits nach der internationalen Norm ISO 26000 haben wir darum unsere CR-Aktivitäten im letzten Jahr auf den Prüfstand gestellt. Als Ergebnis des Audits kennen wir nun die Erwartungen unserer Stakeholder und werden sie in unserer täglichen Arbeit systematisch umsetzen.

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

Miroslav Rakowski, CEO von PTC

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	PTC (Polska Telefonia Cyfrowa) ist einer der drei führenden Anbieter auf dem polnischen Mobilfunk-Markt.
Geschäftsfelder	Mobilfunk
Anzahl Kunden	16,04 Millionen
Anzahl Mitarbeiter	4 800
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	1995 – Anteilseigner; Alleingesellschafter seit Anfang 2011
Weitere Informationen im Internet:	www.t-mobile.pl

RUMÄNIEN.

Romtelecom und Cosmote Romania.

Unsere CR-Highlights: Sensibilisierungskampagne und Förderung von Recycling.

Romtelecom: „Worte können verletzen!".
„Worte können verletzen!" ist eine Kampagne gegen verbale Gewalt. Sie klärt auf, welche Folgen verbale Gewalt auf das Verhalten von Heranwachsenden hat, und zeigt Lösungen zur Problembewältigung auf. Die Kampagne wurde am 20. November 2012 von Romtelecom und dem rumänischen Kinder-Notrufdienst Asociaţia Telefonul Copilului ins Leben gerufen. Die Zusammenarbeit mit dieser Organisation besteht bereits seit mehr als zehn Jahren und konzentriert sich auf Programme für Kinder und Jugendliche. Auslöser der Kampagne war der Anstieg an Gewaltsituationen, in denen Kinder und Jugendliche als Opfer oder Aggressoren beteiligt waren, sowie die daraus resultierenden Anrufe beim Kinder-Notrufdienst. Ergänzend gab Romtelecom zwei Studien in Auftrag, die eine zunehmende Gleichgültigkeit von Kindern und Jugendlichen gegenüber verbaler Gewalt belegen, obwohl diese im Allgemeinen als mögliche Ursache für schwere körperliche Gewalt gesehen wird. Ziel der Kampagne ist es, Instrumente zur Bewältigung von Gewaltsituationen bereitzustellen. Unter anderem werden in offenen Gesprächskreisen mit Erwachsenen und Jugendlichen konstruktive Lösungen gegen verbale Gewaltsituationen diskutiert. Begleitend bietet die Kampagne ein virtuelles Zentrum für Informationen und Handlungsempfehlungen an (www.cuvinteledor.ro). Im Dezember 2012 wurde außerdem ein kostenloses e-Book mit Fallstudien und allgemeinen Empfehlungen veröffentlicht.

Cosmote Romania fördert Recycling.
Im Rahmen der Earth Hour im März 2012 stellte Cosmote sein Umweltschutzprogramm „I love Recycling" vor, mit dem die Rücknahme und Wiederverwertung gebrauchter Mobiltelefone samt Zubehör gefördert werden soll. Für jedes der knapp 1 900 Handys und Zubehörartikel, die seit Beginn der Kampagne bis Ende September 2012 gesammelt wurden, pflanzte Cosmote Romania am 10. November einen Baum in der Nähe der Stadt Ploieşti. Weitere 5 000 Bäume ließ Cosmote Romania im Rahmen der Initiative „Adopt a Forest" auf einer Fläche von einem Hektar pflanzen. Knapp 200 freiwillige Helfer – Mitarbeiter von Cosmote und Germanos, deren Angehörige sowie andere Freiwillige und Schüler – halfen bei den Pflanzaktionen.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

Romtelecom

- Bronze in der Kategorie „Digitale Kampagne" und den Hauptpreis in der Kategorie „Digitale Kampagne – Kunst, Kultur, Medien und Unterhaltung" beim Wettbewerb Internetics 2012 für die Kampagne „Dolce Sport – Grenzen überwinden" (zur Überwindung von Behinderungen im Rahmen der Olympischen Spiele)

Cosmote Romania

- Zweiter Platz unter den Top Ten der ökologisch verantwortlichen Unternehmen und damit das beste ICT-Unternehmen im Rahmen einer landesweiten Studie des rumänischen Wirtschaftsmagazins BIZ
- Auszeichnung mit dem „Green Award" bei den „Clean Environment Awards", die das rumänische Online-Magazin Hotnews zusammen mit dem Ministerium für Umwelt und Forstwirtschaft veranstaltete

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



„OTE gehört zu den größten Unternehmen Griechenlands und Südosteuropas. Wir sehen uns als positive, nachhaltig wirksame Kraft, die das wirtschaftliche Wachstum in den Ländern, in denen wir vertreten sind, stärkt. Wir schaffen ein stabiles Unternehmen, das als unumstrittener Branchenführer einen Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung in Griechenland und anderen südosteuropäischen Ländern leistet."

Michael Tsamaz, Vorstandsvorsitzender des OTE-Konzerns

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	OTE ist der führende, integrierte Telekommunikationsanbieter in Südosteuropa. Das Unternehmen stellt in angrenzenden Märkten mit einer Bevölkerung von nahezu 45 Millionen modernste Sprach-, Mobilfunk- und Breitband-Dienste bereit. Der OTE-Konzern ist nicht nur in Griechenland, sondern über Romtelecom und Cosmote Romania auch in Rumänien, über Globul in Bulgarien und über AMC in Albanien vertreten.
	▪ Griechenland:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Marktführer
	▪ Rumänien:
	  ▪ Festnetz: Etablierter Anbieter/Marktführer
	  ▪ Mobilfunk: Herausforderer
	▪ Bulgarien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt
	▪ Albanien: Nummer zwei am Mobilfunk-Markt

Anzahl der Kunden	▪ Griechenland:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 3 126 272
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 204 0980
	  ▪ OTE-TV-Kunden: 119 771
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 7 697 322
	▪ Rumänien:
	  ▪ Anschlüsse insgesamt: 2 329 042
	  ▪ ADSL-Anschlüsse: 1 196 561
	  ▪ TV-Kunden: 1 265 325
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 6 285 830
	▪ Bulgarien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 4 518 191
	▪ Albanien:
	  ▪ Mobilfunk-Kunden: 1 874 221

Anzahl der Mitarbeiter	▪ Festnetz-Sparte, Griechenland: 8 750 ▪ Mobilfunk-Sparte: 8 579 ▪ Festnetz-Sparte, Rumänien: 7 418
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2008
Weitere Informationen im Internet	www.ote.gr www.cosmote.gr
CR-Bericht von OTE	OTE veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Cosmote Greece veröffentlicht seit 2005 jährlich einen eigenen CR-Bericht. Im Jahr 2013 veröffentlichen OTE und Cosmote den ersten gemeinsamen CR-Bericht.

SLOWAKEI.

Slovak Telekom.

Unser CR-Highlight: Kampagne für Hörgeschädigte.

Im Rahmen der Woche der Hörgeschädigten im September 2012 führte Slovak Telekom die Aktion „Liebe braucht keine Worte" durch, um die Öffentlichkeit für hörgeschädigte Menschen in der Gesellschaft zu sensibilisieren. Das Unternehmen engagiert sich bereits seit zehn Jahren für Hörgeschädigte. Am Internationalen Tag der Hörgeschädigten am 30. September wurden alle Werbespots der Slovak Telekom in Gebärdensprache gezeigt. Dies hatte zuvor noch kein slowakisches Unternehmen gemacht. „Wir möchten, dass im täglichen Leben mehr an Hörgeschädigte gedacht wird. Sie sind genau wie wir, müssen aber einige besondere Herausforderungen im Leben bewältigen", so Andrej Gargulák, Leiter Corporate Communications bei Slovak Telekom.

Im Rahmen der Aktion besuchten knapp 35 000 Personen eine spezielle Website. Außerdem initiierte Slovak Telekom eine Reihe von Aktivitäten über Facebook, um der Öffentlichkeit die Bedeutung dieses Themas bewusst zu machen. Unter anderem konnte man mit der App „Lippenlesen" versuchen, einen Sprecher durch Ablesen vom Mund zu verstehen. Man konnte in das eigene Profilbild auch ein Badge einfügen, das „Ich liebe dich" in Gebärdensprache zeigt. Gebärdensprache ist zwar nicht international, aber das Zeichen für „Ich liebe dich" ist allen Hörgeschädigten weltweit bekannt. Slovak Telekom hat als Hilfe für Hörgeschädigte auch alle Shops, in denen es Personal mit Kenntnissen in Gebärdensprache gibt, mit diesem Symbol gekennzeichnet. Schließlich wurde noch ein Mood-Film über ein hörgeschädigtes Mädchen auf Facebook und YouTube gepostet.

Slovak Telekom führte außerdem vom 19. September bis 31. Oktober 2012 eine Spendenaktion für Hörgeschädigte durch, bei der die Teilnehmer mit einer speziellen Online-App ein Bild zeichnen konnten. Für jedes Bild spendete das Unternehmen einen Euro, um so ein Training für hörgeschädigte Unternehmer zu finanzieren. Insgesamt wurden 1 066 Zeichnungen eingereicht, und Slovak Telekom verdreifachte diesen Betrag, um die Veranstaltung des Kurses zu ermöglichen.

Werbespots, die im Rahmen der Kampagne für Hörgeschädigte ausgestrahlt wurden (auf Slowakisch):

Bilder aus der Kampagne für Hörgeschädigte:





Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- Slovak Telekom wurde bei der Personnel Management Conference 2012 unter 19 Unternehmen aus der ICT-Branche für ihr effizientes Personalmanagement als „führende HR-Organisation" ausgezeichnet. Die Konferenz fand am 26. September 2012 statt und wurde von PricewaterhouseCoopers in Kooperation mit dem Verband für Personalentwicklung und -management sowie dem Wirtschaftsmagazin Trend organisiert.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- Festnetzmodernisierung
- Modernisierung des Mobilfunknetzes
- Kinder- und Jugendschutz
- Spendenlauf
- Engagement für Hörbehinderte
- Förderung von Roma-Musik

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



„Als einer der größten Arbeitgeber in der Ostslowakei spielt T-Systems Slovakia in der Region eine wichtige Rolle. Wir sind uns unseres Einflusses auf die Stadt und Region Košice bewusst und nutzen diesen nicht nur für unser Unternehmen, sondern auch, um für das Umfeld, in dem wir aktiv sind, einen Mehrwert zu schaffen.

Wir fördern junge Talente im ICT-Bereich durch eine langfristige Zusammenarbeit mit unterschiedlichen Bildungseinrichtungen in der Region. Dadurch ermöglichen wir die Qualifizierung von Nachwuchskräften und helfen, die Ausbildung stärker an den Anforderungen des Marktes auszurichten. Darüber hinaus fördern wir berufliche Weiterentwicklung und Wachstum und damit die ökonomische Entwicklung der Region.

Unser Unternehmen beschäftigt mehr als 2 500 Mitarbeiter, die sich auch außerhalb ihrer Arbeit aktiv für das Gemeinwohl einsetzen. Durch unser Programm für ehrenamtliches Engagement wollen wir ihnen die Möglichkeit geben, weiteren Mehrwert für die Gemeinschaft zu schaffen."

Thomas Bogdain, Geschäftsführer T-Systems Slovakia

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Anzahl Kunden	Mehr als 150
Anzahl Mitarbeiter	Mehr als 2 000
Beteiligung der Deutschen Telekom AG seit	2006
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.sk

SPANIEN.

T-Systems Iberia.

Unser CR-Highlight: CR-Ausschuss und CR-Masterplan umstrukturiert.

Anfang 2013 überarbeitete T-Systems Iberia seinen CR-Masterplan und restrukturierte den CR-Ausschuss. Der neue Ausschuss tritt im ersten Jahr seit seiner Reorganisation alle zwei Monate zusammen, um eine Reihe wichtiger Veränderungen in der Umsetzung der Corporate Responsibility bei Telekom Iberia zu begleiten.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Corporate Volunteering

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



„Wir arbeiten fortgesetzt an einem umfassenden Programm, um Corporate Responsibility in unserem Unternehmen zu verankern. CR trägt zur Verbesserung der Unternehmensführung bei und verbessert damit auch die Wahrnehmung des Unternehmens durch alle seine Stakeholder sowie die Gesellschaft. Wir sind außerdem überzeugt, dass CR die Wettbewerbsfähigkeit der spanischen Wirtschaft und ihr Entwicklungspotenzial stärken kann.

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

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

José Manuel Desco, Geschäftsführer T-Systems Iberia

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Systems Iberia ist auf dem spanischen ICT-Markt mit einem Marktanteil von 3,63 Prozent der siebtgrößte Anbieter von IT-Services für Geschäftskunden.
Anzahl Kunden	2 693
Anzahl Mitarbeiter	3 796 Mitarbeiter (Stand Ende 2012)
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001
Weitere Informationen im Internet	www.t-systems.es

TSCHECHISCHE REPUBLIK.

T-Mobile Czech Republic.

Unser CR-Highlight: Fördermittel für Mitarbeiter- und Regionalprogramme.

2012 gingen beim Mitarbeiterfonds von T-Mobile Czech Republic 141 Förderanträge ein. Davon wählte ein unabhängiger Ausschuss 27 besonders förderungswürdige Projekte aus, die mit einem Gesamtbetrag von 2 Millionen Tschechischen Kronen unterstützt wurden. Gefördert wurden beispielsweise die Restaurierung kultureller und religiöser Denkmäler in Mrtník sowie die Anlage von Kleingewässern für Amphibien in Strelna und Kosten. Der Regionalfonds von T-Mobile erhielt 115 Anträge und förderte geeignete Projekte im Kreis Louny sowie in der Region Hradec Kralove mit insgesamt 2 Millionen Tschechischen Kronen.

Unter der Schirmherrschaft des T-Mobile-Fonds führte das Unternehmen zudem vier Seminare für NGOs mit den Schwerpunktthemen Öffentlichkeitsarbeit und Personalwesen durch. Rund 100 Vertreter von Stiftungen und Sozialverbänden erfuhren, wie sie in der Kommunikation mit Journalisten Informationen über interessante Projekte verbreiten sowie Mitarbeiter auswählen und motivieren können. Diese Seminare werden kostenlos angeboten.

Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- Dritter Platz beim Wettbewerb „Arbeitgeber des Jahrzehnts" in der Tschechischen Republik

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- CR-Event
- Elektrorecycling
- Informationen zum Umweltschutz
- Klimaschonende Mobilität
- Bildungsprogramme

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



„Unsere Strategie geht über das klassische soziale Engagement hinaus und basiert auf drei Schwerpunkten: „Vernetztes Leben und Arbeiten", „Chancengleichheit" und „Teilhabe an der Informationsgesellschaft" – und all das mit minimalen Auswirkungen auf unsere Umwelt. Mit unseren Produkten, Diensten und Technologien können wir dazu einen Beitrag leisten. Darum nehmen wir unseren langfristigen Einfluss auf die regionalen und globalen Märkte ernst. Wir sind überzeugt, dass die Verknüpfung unserer Geschäftsstrategie mit sozialen Anliegen für unser Unternehmen der richtige Weg ist."

Martina Kemrová, Leiterin Unternehmenskommunikation

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile Czech Republic ist mit einem Marktanteil von 41 Prozent der führende Mobilfunk-Anbieter in Tschechien.
Anzahl Kunden	5 381 000
Anzahl Mitarbeiter	2 900
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	1996
Weitere Informationen im Internet	www.t-mobile.cz

T-Systems Czech Republic.

Unsere CR-Highlights:Neustrukturierung des Abfallmanagements.

Die tschechische Landesgesellschaft von T-Systems hat ihr Abfallmanagementsystem im Berichtszeitraum grundlegend umstrukturiert. Die Entsorgung von Sondermüll (zum Beispiel Leuchtstofflampen, Batterien, Chemikalien et cetera) in Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften übernimmt nun ein Entsorgungsfachbetrieb. Außerdem wurden die Verantwortlichkeiten für die Abfallentsorgung innerhalb der Landesgesellschaft klar geregelt. Danach ist an jedem Standort jeweils ein Beauftragter für das Abfallmanagement zuständig. Die Logistikabteilung des Unternehmens verantwortet die Rückgabe und das Recycling des Elektroschrotts. Die Entsorgung des Restmülls übernimmt ein Entsorgungsfachbetrieb. Alle abfallbezogenen Informationen werden in einem internen System erfasst. Im Berichtszeitraum sammelte das Unternehmen 381 Kilogramm Elektroschrott und Batterien, 30 Kilogramm Kartuschen und 2 650 Kilogramm Altpapier.

Auszeichnung im Berichtszeitraum:

- Der tschechische Verband der Chief Information Officer (CACIO) kürte die Cloud-Lösungen von T-Systems, die die Energieeffizienz auf Kundenseite verbessern, zum „IT-Projekt des Jahres".

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Baumpflanzaktionen der T-Systems Mitarbeiter





Informationen zu „Green ICT"
Corporate Giving
Smart Metering
Bildungsprogramme

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



„T-Systems gehört in Tschechien zu den führenden Hightechunternehmen. Ein Grund dafür liegt darin, dass wir unsere gesellschaftliche Verantwortung in ihrer gesamten Bandbreite klar und deutlich akzeptieren. Unser Engagement im Bereich CR und damit zusammenhängende Themen, wie die Auswirkungen unserer Produkte und Dienste auf die Umwelt, werden regelmäßig in unserem Unternehmensprofil kommuniziert und sind darüber hinaus Gegenstand von Expertendiskussionen, die in den Medien Beachtung finden. Unsere gemeinnützigen Aktivitäten werden als sehr hilfreich empfunden."

Ing. Michal Hátle CSc., Vorstandsvorsitzender und Geschäftsführer

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Mit den Schwerpunkten verarbeitende Industrie, Automobilindustrie, öffentlicher Sektor und Gesundheitswesen, Dienstleistungen, Verkehr und Logistik sowie Versorgungsunternehmen zählt T-Systems Czech Republic zu den Top Five der ICT-Anbieter im Land.
Anzahl Kunden	Rund 800 Großkunden und öffentliche Einrichtungen
Anzahl Mitarbeiter	Rund 670
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2004
Weitere Informationen im Internet:	www.t-systems.cz

UNGARN.

Magyar Telekom.

Unser CR-Highlight: Nachhaltigkeit im Vertrieb.

Magyar Telekom, die ungarische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom, veröffentlichte im April 2012 zum ersten Mal einen Katalog mit Informationen zur Nachhaltigkeit verschiedener Produkte und zu den Nachhaltigkeitskriterien für Mobilfunk-Endgeräte.

Dazu gehören:

- quecksilber- und arsenfreies Display
- PVC-frei
- frei von Nickel, Brom- oder Chlorverbindungen und Antimontrioxid
- Verpackung zu 100 Prozent aus wiederverwertbaren Materialien
- Energieeffizienz des Ladegeräts übertrifft die strengsten Standards
- Energiesparmodus
- hergestellt aus zu 100 Prozent wiederverwertbaren Materialien
- Erinnerungsfunktion für das Ziehen des Ladekabels
- speziell für Menschen mit Einschränkungen (z.B. Senioren, Menschen mit Behinderungen) entwickelt

Magyar Telekom weist in ihren Katalogen auf die Nachhaltigkeitsmerkmale hin. Die Angaben stammen jedoch von den Lieferanten, die für die Aussagen ebenfalls Verantwortung tragen.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- Aufnahme in den CEERIUS-Index: Seit Einführung durch die Wiener Börse im Jahr 2009 ist Magyar Telekom im Nachhaltigkeitsindex CEERIUS (Central and Eastern European Responsible Investment Universe) gelistet. CEERIUS führt aus acht Ländern der Region Mittel- und Osteuropa diejenigen Unternehmen mit der besten ökologischen, sozialen und wirtschaftlichen Performance. Verantwortungsvolle Stakeholder-Beziehungen sind ein wesentliches Kriterium für die Bewertung dieser Unternehmen. Betrachtet wird dabei unter anderem das Verhältnis zwischen den Unternehmen und ihren Mitarbeitern, Kunden, Marktpartnern sowie der Gesellschaft als Ganzem und der Umwelt.
- Im Oktober 2012 gewann Magyar Telekom bei einer Umfrage von Aon Hewitt den zweiten Platz in der Kategorie Großunternehmen im Wettbewerb um den Titel „Bester Arbeitergeber 2012". In der Umfrage wird die Mitarbeiterzufriedenheit auf Grundlage von Mitarbeiterrückmeldungen aus nahezu 100 ungarischen Unternehmen bewertet.
- Im Oktober 2012 erhielt Magyar Telekom die Auszeichnung „Kiválóság az Ügyfélkiszolgálásban" (Exzellenz im Kundenservice) in der Kategorie Kundenorientierung.
- Im Dezember 2012 wurde Magyar Telekom mit dem „Green Frog Award" von Deloitte Zrt für den besten Nachhaltigkeitsbericht ausgezeichnet. Unter den Berichten von 36 mittleren und großen Unternehmen aus sieben Ländern der Region Mittel- und Osteuropa entschied sich die Fachjury für die Publikation von Magyar Telekom.

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

- Fünfter Nachhaltigkeitstag
- Festnetzmodernisierung
- 4G-/LTE-Ausbau
- Verpackungen aus Recyclingmaterial
- Kinder- und Jugendschutz
- T-City Szolnok
- Corporate Volunteering
- Corporate Giving
- Spendenlauf
- DELFIN-Preis
- Erneuerbare Energien
- Energieeffizienzmaßnahmen
- Tablet-PCs für Techniker

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



„Magyar Telekom nimmt als eines der führenden Unternehmen der Informations- und Kommunikationsbranche in Mittel- und Osteuropa eine wichtige Rolle in der ungarischen Wirtschaft und Gesellschaft ein. Wir haben schon früh die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit und die Tragweite für den wirtschaftlichen Erfolg erkannt: Nachhaltigkeit ist nach wie vor ein wichtiges strategisches Prinzip für uns, das in unserem gesamten Geschäftsablauf, in der Betriebsführung und unseren Geschäftstätigkeiten verankert ist.

Mit einem zukunftsorientierten Management, innovativen und nachhaltigen Produkten und Diensten gelingt es Magyar Telekom seit vielen Jahren, den Begriff Nachhaltigkeit für Kunden und Partner greifbar zu machen.

Das vorrangige Ziel unserer Nachhaltigkeitsstrategie für die Jahre 2011 bis 2015 ist es, Nachhaltigkeit zu einem integralen Bestandteil der Unternehmenskultur von Magyar Telekom zu machen. Dies bedeutet für uns, das Bewusstsein der Mitarbeiter und der Öffentlichkeit für Nachhaltigkeit zu schärfen, die Wahrnehmung von Magyar Telekom als nachhaltiges Unternehmen zu verbessern sowie soziale und ökologische Innovationen umzusetzen. Hierfür haben wir einen Anteil von 10 Prozent des Forschungs- und Entwicklungsbudgets reserviert. Mit unserer Nachhaltigkeitsstrategie wollen wir darüber hinaus die konzernweiten CO_2-Emissionen um 20 Prozent senken, ein durchgängig nachhaltiges Lieferantenmanagement schaffen sowie den Anteil von nachhaltigen Diensten und Produkten im Gesamtportfolio steigern. Außerdem haben wir uns vorgenommen, unsere Stakeholder noch besser über die Vorteile nachhaltiger Produkte und Dienste zu informieren.

Die Umsetzung unserer Nachhaltigkeitsstrategie wird verantwortlich von unserem Chief HR Officer koordiniert. Daher spielt auch die Personalstrategie von Magyar Telekom beim Erreichen unserer Nachhaltigkeitsziele eine entscheidende Rolle. Vor diesem Hintergrund ist es eine unserer zentralen Aufgaben, ethisches Verhalten, Chancengleichheit, Diversity und Umweltbewusstsein in den Prozessen, Systemen und Aktivitäten des Personalbereichs zu verankern.

Magyar Telekom wurde von unterschiedlichen Foren als verantwortungsbewusster Arbeitgeber gewürdigt. Wir sind stolz auf die Auszeichnung „Bester Arbeitgeber 2012" und den Titel „Diverse Organization TOP 10", den wir im Jahr 2011 als verantwortungsbewusstes Unternehmen für die Förderung der Chancengleichheit erhielten.

Unsere Mitarbeiter sind der wichtigste Erfolgsfaktor für die Effizienz unseres Unternehmens. Mit großem Engagement, proaktivem Handeln und Transparenz im Alltag macht Magyar Telekom Nachhaltigkeit zu einem elementaren Bestandteil der Unternehmenskultur."

Éva Somorjai, Chief HR Officer, Leiterin Nachhaltigkeit

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	Magyar Telekom ist der führende Anbieter von Telekommunikationsdiensten in Ungarn. Das Unternehmen bietet eine breite Palette von Telekommunikationsdiensten und Leistungen der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) an, wie Festnetz-Dienste und Mobilfunk, Datenübertragung und nicht-sprachbezogene Dienste wie auch IT- und Systemintegrationsdienste. Magyar Telekom unterteilt ihre Geschäftstätigkeit in zwei Sparten: Telekom Hungary (die Marke T-Home für Privatkunden und die Marke T-Mobile für die Mobilfunk-Kommunikation) und T-Systems Hungary (die Marke T-Systems). Marktanteile Telekom Hungary: Datendienste Breitband Retail: 36,9 Prozent Mobilfunk: SIM 45,9 Prozent, Breitband: 45,8 Prozent
Anzahl Kunden	Telekom Hungary: Sprachdienste: 1 544 831 Telefonanschlüsse Breitband Retail: 785 003 Kunden TV-Dienste: 834 726 Kunden Mobilfunk: 4 836 965 Kunden (RPC) T-Systems Hungary: Festnetz-Sparte: Sprachdienste: 171 125 Telefonanschlüsse Datendienste: Breitband Retail: 14 289 Mobilfunk: 483 104 Kunden (RPC)
Anzahl Mitarbeiter	11 653 (Magyar Telekom Group)
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2000
Weitere Informationen im Internet	www.telekom.hu
Lokaler CR-Bericht	Eine der Selbstverpflichtungen des Konzerns Magyar Telekom ist die Veröffentlichung eines jährlichen Nachhaltigkeitsberichts. Die Berichte werden im Einklang mit den 2006 veröffentlichten GRI-G3-Standards der Global Reporting Initiative (GRI) erstellt und entsprechen daher den Prinzipien der Transparenz und internationalen Vergleichbarkeit. Seit 2007 hat Magyar Telekom die internationalen Standards jedes Jahr in vollem Umfang eingehalten. Daher wurde dem Nachhaltigkeitsbericht 2011 wie den vier vorangegangenen Berichten das Anwendungsniveau „A+" zuerkannt. Im Jahr 2012 wurde die Einhaltung der GRI-Kriterien von PricewaterhouseCoopers im Rahmen eines unabhängigen Gutachtens geprüft und nach dem internationalen Standard ISAE 3000 bescheinigt. Weitere Informationen zur CR-Performance des Unternehmens sind in den jährlichen Berichten unter http://www.telekom.hu/society_and_environment/sustainability_reports zu finden.

USA.

T-Mobile USA.

Unser CR-Highlight: Das Freiwilligenprogramm „Huddle Up".

Das landesweite Freiwilligenprogramm „Huddle Up" von T-Mobile USA richtet sich vor allem an Kinder alleinerziehender Eltern in benachteiligten Stadtgebieten. Sie sollen Menschen und Orte mit positiver Ausstrahlung kennenlernen und erfahren, wie sie die Zeit nach der Schule sinnvoll verbringen können. Im Berichtszeitraum wurden von T-Mobile USA insgesamt zehn „Huddle Up"-Tage organisiert. Zwischen Juni und September 2012 unterstützte T-Mobile USA im Rahmen des jährlichen „Huddle Up"-Programms Schulen, Gemeindeeinrichtungen sowie „Boys & Girls Clubs" durch Verschönerungsarbeiten und Geldspenden in folgenden Städten: Charleston (SC), Albuquerque (NM), Portland (OR), Seattle (WA), Chicago (IL), Baltimore (MD), Boston (MA), Detroit (MI), Houston (TX) und Tampa (FL). Insgesamt nahmen 1 650 Mitarbeiter von T-Mobile USA an den gemeinnützigen Arbeiten teil und leisteten dabei rund 13 200 Arbeitsstunden. Mehr als 1 530 Schüler profitierten von Spenden in Höhe von 40 000 US-Dollar.

Unsere Auszeichnungen im Berichtszeitraum:

- T-Mobile USA wurde 2012 vom Ethisphere Institute, einer Denkfabrik für Wirtschaftsethik, zum vierten Mal in Folge als eine der „World's Most Ethical Companies" gewürdigt.
- Auszeichnung mit dem „Green Supply Chain Award" 2012. Bei dieser Auszeichnung des amerikanischen Fachmagazins „Supply & Demand Chain Executive" werden die unterschiedlichen Nachhaltigkeitsansätze globaler Unternehmen in bestimmten Handlungsfeldern untersucht – darunter Kosten- und Zeiteinsparung, Umsatzwachstum, Verbesserung der Klimabilanz in den Bereichen Product Lifecycle Management (PLM), Auftrags- und Nachfragemanagement, Technologie- und Integrationsinfrastruktur, Beschaffung sowie andere Bereiche der Lieferkette.
- Auszeichnung als bestes Unternehmen für Abfallvermeidung und Recycling im Bezirk King County im Jahr 2012
- „Supply Chain Distinction Award" 2012 in der Kategorie „Green Supply Chain"

Weitere Beispiele unseres CR-Engagements:

Katastrophenhilfe
Ressourcenschonende Drucker
Klimaschonende Mobilität

Auf einen Blick: Die wichtigsten Fakten.

Märkte, Geschäftsfelder und Marktanteile	T-Mobile USA ist auf dem US-amerikanischen Markt und in Puerto Rico tätig. Mit 11 Prozent Marktanteil ist T-Mobile USA der viertgrößte Mobilfunk-Anbieter in den USA (bezogen auf Umsatz und Kundenzahl).
Anzahl Kunden	33 600 000
Anzahl Mitarbeiter	Mehr als 40 000
Beteiligung der Deutsche Telekom AG seit	2001 bis 2012
Weitere Informationen im Internet:	http://www.t-mobile.com

NETZE.

Wir treiben den flächendeckenden Ausbau der Breitbandinfrastruktur unter anderem mit Vectoring, einer Technologie zur Beschleunigung der Datenübertragung in den bestehenden DSL-Netzen, in allen unseren Märkten voran. Denn schnelles Internet und zuverlässige Mobilfunk-Verbindungen sind wesentliche Voraussetzungen für eine chancengleiche Teilhabe am gesellschaftlichen Leben – ein Ziel, dem wir uns im Rahmen unseres CR-Handlungsfelds „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ verschrieben haben. Auch die inzwischen zum Megatrend gewordene Nutzung virtualisierter IT-Infrastruktur per Cloud-Computing erfordert einen breitbandigen Netzzugang. Bisher unversorgte Gebiete versorgen wir deshalb verstärkt mit Mobilfunk-Technologie der vierten Generation (4G) als Festnetz-Alternative mit hohen Datenraten.

NETZ- & INFRASTRUKTURAUSBAU.

Die digitale Vernetzung ist einer der Haupttrends der modernen Informationsgesellschaft. Eine flächendeckende Breitbandversorgung wird deshalb zu einer zentralen Voraussetzung für die Teilhabe am gesellschaftlichen Leben. Im Rahmen unseres CR-Handlungsfelds „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ fördern wir daher mithilfe neuer Technologien gezielt die Anbindung bisher unerschlossener Gebiete.

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

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

Die Netzinfrastruktur ist das Herzstück unseres Geschäfts. Als deutschlandweit größter Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen errichtet und betreibt die Telekom Netze, die den hohen Anforderungen der Gigabit-Gesellschaft genügen. Bei deren Ausbau hält sie an dem Mix aus Mobilfunk- und Festnetz-Technik fest – mit Schwerpunkt auf dem besonders schnellen LTE-Mobilfunknetz und der neuen VDSL-Vectoring-Technologie. Welche Schritte die Telekom auf dem Weg zum Netz der Zukunft mittelfristig plant, beschreibt die im Jahr 2012 verabschiedete umfassende, integrierte Netzstrategie des Konzerns. Ihre Hauptziele sind Wachstum, Effizienz und Qualität.

NETZAUSBAU IN ÜBEREINSTIMMUNG MIT WIRTSCHAFTSPOLITISCHEN ZIELEN.

Die Telekom unterstützt die Ziele der EU-Kommission und der Bundesregierung zum Netzausbau. Wir wollen möglichst vielen Haushalten in den bisher unversorgten, meist ländlichen Gebieten Deutschlands einen schnellen Zugang zum Internet anbieten. Hierbei schaffen wir mit VDSL eine wichtige Ausgangsbasis für künftige, noch komfortablere ICT-Lösungen.

NETZAUSBAUSTRATEGIE SETZT AUF INVESTITIONEN IN BREITBAND.

Die Bereitstellung hoher Bandbreiten ist ein wesentlicher Bestandteil der Netzausbaustrategie der Telekom. Auch im Jahr 2012 tätigten wir hierfür umfangreiche Investitionen – unter anderem in Glasfasernetze, neue Mobilfunk-Technologien und IT-Prozesse. Seit Jahren ist die Telekom in Deutschland der größte Investor im Bereich der Breitbandversorgung. Mit dem Erwerb der LTE-Frequenzen haben wir im Jahr 2010 die Basis für weitere Investitionen in schnelles und mobiles Internet gelegt. Diese ehemals für Fernsehen und Rundfunk genutzten Frequenzen stehen uns heute für eine flächendeckende Breitbandversorgung zur Verfügung.

Im Festnetz ergeben sich die höchsten Übertragungsgeschwindigkeiten, wenn Glasfaserleitungen durchgehend bis in die Haushalte (Fiber to the home, FTTH) führen. Das Verlegen der Kabel und die Bereitstellung der Technik pro Haushalt sind jedoch, gerade im ländlichen Raum, vor allem aufgrund der nötigen Tiefbauarbeiten sehr kostenintensiv. Die Kosten lassen sich reduzieren, wenn der Ausbau zunächst nur bis zu den Kabelverzweigern (Fiber to the Curb, FTTC) erfolgt. Mit Vectoring können Millionen Haushalte in Deutschland auch ohne FTTH-Ausbau mit vertretbarem Aufwand leistungsfähige Breitbandanschlüsse bekommen – vorausgesetzt, die Bundesnetzagentur erteilt für die Nutzung der Vectoring-Technologie ihr Einverständnis. Die von uns präferierte innovative Hybridtechnologie wird künftig Datenverkehre über Vectoring und LTE leiten und damit die Vorteile beider Netze zusammenführen. Dies wird ab Ende 2014 im Download Geschwindigkeiten von bis zu 200 Mbit/s und im Upload von bis zu 90 Mbit/s ermöglichen.

Bis 2020 beabsichtigt die Telekom, im Sinne ihrer Netzausbaustrategie insgesamt rund 6 Milliarden Euro in das Glasfasernetz zu investieren. Bereits bis 2016 will sie ihr Glasfasernetz auf rund 65 Prozent der Haushalte ausdehnen. Im Jahr 2016 sollen außerdem bis zu 85 Prozent der Bevölkerung mit der neuen Mobilfunk-Technik LTE abgedeckt sein – mit Datenübertragungsraten bis zu 150 Mbit/s.

PROJEKT „MEHR BREITBAND FÜR DEUTSCHLAND“.

Die Telekom setzte auch 2012 ihre Kooperationen mit Kommunen im Rahmen von Ausschreibungen im Projekt „Mehr Breitband für Deutschland“ fort. Wo der Breitbandausbau für uns als Unternehmen nicht wirtschaftlich ist, kann es sinnvoll sein, dass die öffentliche Hand ihn unterstützt. So können Gemeinden beispielsweise vorhandene Leerrohre zur Verfügung stellen, Tiefbaumaßnahmen übernehmen oder sich finanziell am Netzausbau beteiligen. Seit 2008 konnten auf diese Weise über 4 000 Gemeinden und über eine Million Haushalte erstmalig mit breitbandiger Infrastruktur versorgt werden. Allein im Jahr 2012 haben wir 830 Kooperationen mit Gemeinden zum Breitbandausbau vereinbart und so mehr als 280 000 Haushalten eine Teilnahme am Breitbandnetz ermöglicht. Für das Jahr 2013 sind weitere Ausbaukooperationen in ähnlicher Größenordnung geplant. Im Rahmen dieser Kooperationen verbaut die Telekom seit 2011 die VDSL-Technologie mit Bandbreiten bis 50 Mbit/s auch im ländlichen Raum.

Planungen für beschleunigten Ausbau der Breitbandnetze.
Vor dem Hintergrund der im Juli 2012 angekündigten Neuausrichtung der EU-Regulierungspolitik zieht die Telekom in Erwägung, den Breitbandausbau in den kommenden Jahren in Deutschland zu forcieren. Durch mehr Glasfaser bis in die Nachbarschaft des Kunden und den Einsatz einer neuen Übertragungstechnologie („Vectoring“) könnten bis zu 24 Millionen Haushalte (von insgesamt 40 Millionen) mit modernen Hochgeschwindigkeitsanschlüssen versorgt werden. Für den Einsatz

der Technologie steht allerdings noch die Genehmigung der Bundesnetzagentur aus. Zusätzlich soll das gesamte Mobilfunknetz bis 2015 mit LTE aufgerüstet werden, um noch höhere Bandbreiten flächendeckend zur Verfügung zu stellen. Somit könnte eine integrierte Infrastruktur geschaffen werden, die im Festnetz und Mobilfunk leistungsfähige Bandbreiten bietet.

SYNERGIEN NUTZEN FÜR DEN FTTH-AUSBAU.

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

Erstmals arbeitet die Telekom mit einem Energiedienstleister zusammen, um in einer Stadt ein Glasfasernetz anzubieten: Im Februar 2012 schlossen wir mit dem Netzanbieter „eins“, den früheren Stadtwerken Chemnitz, einen Kooperationsvertrag. „eins“ baut in Chemnitz in mehreren Teilabschnitten ein passives Glasfaserzugangsnetz. Die Telekom Deutschland mietet das Netz, ergänzt die für dessen aktiven Betrieb nötige Systemtechnik und bietet den Nutzern auf dieser Basis ihre Double- und Triple-Play-Produkte an. Das Glasfaserprojekt in Chemnitz ist das größte der Telekom bundesweit. Von Herbst 2012 bis Januar 2013 wurden in der sächsischen Stadt rund 20 000 Haushalte mit den neuen Breitbandanschlüssen versorgt. Bis Ende 2013 sollen 2 000 Gebäude mit weiteren 20 000 Wohneinheiten einbezogen werden. Ende 2014 sollen es insgesamt 60 000 Wohnungen sein. In diesem Zuge werden etwa 1 000 Kilometer neuer Kabel verlegt werden.

UMSTELLUNG AUF ALL-IP.

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

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

Die All-IP-Migration und die Nachfrage nach wachsenden Bandbreiten erfordern die Bereitstellung neuer, effizienter Technologien sowohl im Datentransport als auch beim individuellen Netzzugang. Aus diesem Grunde planen wir für 2013 einen weiteren Ausbau des Festnetzes auf der Basis der Vectoring-Technologie.

AUSBAU DER ALL-IP-NETZTECHNOLOGIE.

Makedonski Telekom (T-Home) hat ihr IP-basiertes Netz im Berichtszeitraum weiter ausgebaut. Bis Ende 2013 soll die Modernisierung des Netzes mit einer Gesamtinvestition von 14 Millionen Euro abgeschlossen sein. Innerhalb der ersten neun Monate des Projekts wurden 100 000 Kunden in das IP-Netz migriert. Sie können seitdem alle Vorteile der neuen IP-gestützten Multimediaplattform nutzen. Durch den Austausch der alten digitalen Telefontechnik und dank der hohen Qualität der neuen konvergenten Multimediadienste macht das Unternehmen den Alltag seiner Kunden einfacher. Darüber hinaus wird die neue, IP-basierte Technologie den Gesamtenergieverbrauch des Netzes erheblich senken, sobald die alte, digitale Technik ausgemustert worden ist. Dank der Investitionen des Unternehmens in diese neue Technologie wird die EJR Mazedonien das erste Land in Südosteuropa mit einem komplett IP-gestützten Netz sein.

TELEKOM TESTET TERASTREAM IN KROATIEN.

In einem Pilotversuch im Raum Zagreb testet die Deutsche Telekom ihre neue TeraStream-Architektur. TeraStream ist eine Netztechnologie, die auf einer cloud-basierten IP-Architektur beruht. T-HT Hrvatski Telekom leistet damit Pionierarbeit innerhalb des Konzerns Deutsche Telekom. Die neue Netztechnologie reduziert die IT-Komplexität bestehender Netze erheblich, da Netzverwaltung und -management durch das Cloud-Konzept wesentlich vereinfacht werden. Die Deutsche Telekom hat TeraStream entwickelt, um mit dem rasant ansteigenden Datenverkehrsvolumen auch in Zukunft Schritt zu halten.

MOBILFUNKNETZ IN DEUTSCHLAND AUSGEZEICHNET.

Im „connect“-Netztest 2012 belegten wir sowohl in Deutschland als auch in Österreich erste Plätze. In Österreich kamen wir im Bereich Sprachbewertung auf den ersten Platz und erhielten die Gesamtwertung „sehr gut“. Die deutschen „connect“-Leser urteilten ähnlich: Sowohl bei Telefonaten als auch beim mobilen Internet versorgt die Telekom ihre Kunden am besten und am zuverlässigsten. Bei einem weiteren Netztest – dem des Fachportals „CHIP Online“ belegte unser deutsches Mobilfunknetz zum dritten Mal in Folge den ersten Platz.

ZUM 13. MAL „MOBILFUNKNETZBETREIBER DES JAHRES“.

Bereits zum 13. Mal in Folge wählten uns die Leserinnen und Leser des Fachmagazins „connect“ zum „Mobilfunk-Netzbetreiber des Jahres“ in Deutschland. Auch in Österreich kürte uns die Leserschaft zum besten Mobilfunknetz-Betreiber.

FESTNETZ- & BREITBAND-TECHNOLOGIEN.

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

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

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

ÜBERBLICK: ZUGANGSTECHNOLOGIEN.

Festnetz-Technologien.

	Upstream	Downstream
ADSL (Asymmetric Digital Subscriber Line)	max. 640 kbit/s	max. 6 Mbit/s
ADSL2+ (aktuelle Weiterentwicklung von Asymmetric Digital Subscriber Line (ADSL))	max. 2,4 Mbit/s	max. 16 Mbit/s
VDSL (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line)	max. 10 Mbit/s	max. 50 Mbit/s
FTTH mit GPON (Fiber to the Home)	max. 100 Mbit/s	max. 200 Mbit/s
WLAN (Wireless Local Area Network)	max. 155 Mbit/s	max. 155 Mbit/s

Mobilfunk-Technologien.

Mobilfunk 2G	**Upstream ***	**Downstream ***
GSM plus EDGE (Global System for Mobile Communications EDGE)	max. 220 kbit/s	max. 260 kbit/s
Mobilfunk 3G	**Upstream ***	**Downstream ***
UMTS (Universal Mobile Telecommunications System)	max. 384 kbit/s	max. 384 kbit/s
HSDPA/HSUPA (High Speed Downlink Packet Access /High Speed Uplink Packet Access)	max. 5,8 Mbit/s	max. 14,4 Mbit/s
HSPA+ (High Speed Packet Access+)	max. 5,8 Mbit/s	max. 42,2 Mbit/s
Mobilfunk 4G	**Upstream ***	**Downstream ***
LTE (Long Term Evolution)	max. 50 Mbit/s	max. 100 Mbit/s

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

ADSL2+-AUSBAU.

ADSL2+ (Asymmetric Digital Subscriber Line 2+) ist der derzeitige DSL-Standard im Festnetz der Deutschen Telekom. Ende 2012 standen für 23,5 Millionen Haushalte Anschlussmöglichkeiten mit Bandbreiten bis zu 16 Mbit/s auf Basis von ADSL2+ zur Verfügung.

Im Jahr 2011 begannen wir mit dem MSAN (Multi-Service Access Node) eine Geräteklasse für Zugangsknoten einzuführen, die die bisherige Gerätetechnik in das All-IP-Netz integriert. Sie ersetzt die bisher für den Anschluss verwendeten Splitter zur Trennung von Sprache und Daten und ermöglicht dadurch DSL-Anschlüsse mit voll IP-basierten Diensten ebenso wie die Nutzung der klassischen Telefondienste auch mit den bestehenden Geräten. Bis Ende des Jahres 2012 wurden 4 709 Anschlussbereiche mit MSAN versorgt. Die begonnene Umrüstung werden wir 2013 fortsetzen.

AUSBAU VON GLASFASERNETZEN IN DER EJR MAZEDONIEN UND MONTENEGRO.

Die Glasfasertechnologie bietet aufgrund ihrer weitaus geringeren Dämpfung und Störanfälligkeit im Vergleich zu Kupferkabeln erhebliche Vorteile bei Fernverbindungen und hohen Bandbreiten. Aus diesem Grund tauscht die Deutsche Telekom in ihren Netzen Schritt für Schritt Kupfer- gegen Glasfaserkabel aus.

Ein Beispiel dafür ist Makedonski Telekom: Durch den Aufbau eines hochmodernen FTTH-Netzes (Fiber to the Home) anstelle des bisherigen Kupfernetzes können bereits 14 Prozent der Haushalte in der EJR Mazedonien das hochleistungsfähige Glasfasernetz nutzen.

Auch Crnogorski Telekom trieb den Ausbau des FTTH-Netzes im Jahr 2012 weiter voran. Bis Januar 2013 richtete das montenegrinische Unternehmen 3 777 FTTH-Anschlüsse und 181 FTTB-Anschlüsse (Fiber to the Basement) ein.

VDSL-AUSBAU.

Bereits im Jahr 2006 begann die Deutsche Telekom in 50 deutschen Städten die schnelle DSL-Variante VDSL (Very High Bit Rate Digital Subscriber Line) mit Hybridnetzen aus Glasfaser und Kupferleitungen auszubauen. Die herkömmlichen Kupferleitungen überbrücken dabei nur noch wenige 100 Meter bis zum individuellen Haus- oder Wohnungsanschluss. Damit stehen inzwischen 12,6 Millionen Haushalten (Stand Dezember 2012) Anschlussmöglichkeiten mit Bandbreiten bis zu 50 Mbit/s zur Verfügung. In circa 7 800 der rund 7 900 Anschlussbereiche sind Bandbreiten von bis zu 16 Mbit/s verfügbar. In den verbleibenden Anschlussbereichen ist ein Ausbau technisch oder wirtschaftlich nicht umsetzbar. Fast 21,5 Millionen Haushalte können Triple-Play-Produkte auf Basis von Bandbreiten zwischen 16 und 50 Mbit/s erhalten.

Anfang 2013 gab die Telekom bekannt, bei der Vermarktung von VDSL-Anschlüssen neben den bisherigen Vertriebspartnern weitere Unternehmen einzubeziehen. Bei den Kooperationen handelt es sich um das sogenannte Kontingent-Modell. Es ermöglicht dem Partnerunternehmen eine Art Mengenrabatt auf VDSL-Anschlüsse. Im Gegenzug verpflichtet sich das jeweilige Unternehmen, eine bestimmte Mindestmenge abzunehmen. Die Telekom plant, das Kontingent-Modell in Zukunft auch auf Glasfaseranschlüsse bis in die Haushalte und auf Vectoring-Anschlüsse auszuweiten.

Mit VDSL hat die Telekom die Geschwindigkeit ihrer DSL-Anschlüsse in den vergangenen Jahren deutlich erhöht: im Vergleich zu ADSL auf mehr als das Dreifache, im Vergleich zu ADSL2+ auf die doppelte Geschwindigkeit. Voraussetzung hierfür war das sogenannte Hybridnetz. In ihm reichen die Glasfaserkabel bis in die Nachbarschaft des Kunden. Für die letzten 300 bis 500 Meter bis zu dessen Hausanschluss werden jedoch weiterhin herkömmliche Kupferleitungen genutzt. Diese haben der Beschleunigung der Datenübertragung gewisse Grenzen gesetzt. Durch die neue Technik des VDSL Vectoring ist hier nun eine schnelle Datenübertragung bis zu 100 Mbit/s möglich.

FTTH-AUSBAU IN DEUTSCHLAND.

Glasfaser ist das schnellste Medium für die Datenübermittlung. Eines unserer Ziele ist es daher, eine große Zahl von Haushalten nach dem FTTH-Prinzip direkt an das Glasfaser-Hochgeschwindigkeitsnetz anzubinden. Die Deutsche Telekom treibt dessen Ausbau dementsprechend weiter voran und legt damit das Fundament für die Gigabit-Gesellschaft . Dieses Netz der Zukunft wird unseren Kunden in Deutschland einen 200 Mbit/s schnellen Zugang (im Download , im Upload bis zu 100 Mbit/s) zum Internet, zu Entertain-Angeboten und zu multimedialen Anwendungen ermöglichen – in einzigartiger Vielfalt und Qualität.

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

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

Sind diese Bedingungen nicht erfüllt, muss der Ausbau zunächst zurückgestellt werden. Parallel prüfen wir Möglichkeiten für den Einsatz anderer Technologien, wie zum Beispiel VDSL mit Vectoring.

Im Jahr 2012 stieg die Zahl der Städte, in denen die Schwellenwerte von 80 Prozent Eigentümerzustimmung und 10 Prozent Vorvermarktung erreicht wurden, um weitere acht auf insgesamt 20 an. Sie befinden sich seither im Ausbau beziehungsweise in der Bereitstellungsphase des FTTH-Netzes. Für das Jahr 2013 ist der FTTH-Ausbau in weiteren Städten geplant.

Voraussetzungen zu Realisierung von FTTH-Anschlüssen gesichert.
Seit 2010 wurden durch die Verlegung von Glasfaserkabeln in den Wohnstraßen (Homes Passed) die Voraussetzungen für den Anschluss von insgesamt 340 000 Haushalte an das Glasfasernetz geschaffen. In dieser Zahl eingeschlossen sind die im Rahmen von Kooperationen mit Stadtwerken und anderen Partnern erfolgten Ausbaumaßnahmen. Bis Ende des Jahres sollen weitere Anschlüsse bereitgestellt werden.

Kooperation mit Wohnungsunternehmen in Nordrhein-Westfalen.
Für den Ausbau suchen wir gezielt die Kooperation mit der Wohnungswirtschaft. Hauseigentümer, die dem Ausbau zustimmen, können durch eine FTTH-Verkabelung mit einer deutlichen Aufwertung ihrer Immobilie rechnen. Eine im Bereich der ICT-Infrastruktur richtungweisende Kooperation schloss die Telekom mit der Deutschen Annington Immobilien AG (DAIG). In Bochum gaben die beiden Partner im März 2011 den Startschuss für die Glasfaseranbindung von rund 171 000 von der DAIG verwaltete Wohnungen bundesweit. In mehreren Ausbauschritten wird die Telekom die Gebäude der DAIG an rund 600 Standorten mit leistungsfähigen Breitbandanschlüssen zu wettbewerbsfähigen Preisen versorgen. In einer ersten Phase wurden bis 2013 zunächst 42 000 Wohnungen der DAIG in Nordrhein-Westfalen mit einem Zugang zum neuen Netz ausgestattet. Grundlage des Vertrags mit der DAIG ist zunächst eine TV-Versorgung über den Kabelanschluss der Telekom. Für einen Teil der Liegenschaften ist ein zusätzlicher FTTH-Ausbau vereinbart, der 2013 starten soll.

HÖCHSTGESCHWINDIGKEITEN MIT VDSL-VECTORING.

Um die Breitbandabdeckung zügig zu erweitern, verfolgt die Telekom seit 2013 neben dem FTTH-Ausbau verstärkt einen Ausbau nach dem FTTC-Prinzip auf Basis von Hybridnetzen aus Glasfaser- und Kupferleitungen. Mithilfe des sogenannten VDSL-Vectorings lassen sich heute auch in diesen Netzzugängen Geschwindigkeiten von 100 Mbit/s erreichen. Beim Vectoring handelt es sich um eine 2010 standardisierte Technik, die die Übertragung in den Kupferkabeln auf den letzten Metern zu den Kunden deutlich beschleunigt. Hierzu werden alle im jeweiligen Kabelbündel übertragenen Signale von einem Gerät gesteuert beziehungsweise kontrolliert. 2012 haben wir erste Pilotanwendungen des VDSL-Vectoring mit Erfolg gestartet. Vor einer Einführung der Technik müssen allerdings zunächst die regulatorischen Rahmenbedingungen geändert werden, denn die VDSL-Leitungen werden meist von mehreren Anbietern für ihre Dienste genutzt. Deren Kontrolle durch einen Netzbetreiber ist bisher nicht zulässig. Die Telekom hat Ende 2012 die Initiative ergriffen und einen entsprechenden Antrag bei der Bundesnetzagentur eingereicht. Ziel ist es, möglichst bald Rechtssicherheit für alle Marktteilnehmer zu erreichen, damit der Ausbau zügig beginnen kann. Die Regulierungsbehörden in Österreich und Belgien haben mit Unterstützung der EU-Kommission schon zugestimmt, dass Vectoring eingesetzt werden kann.

Die Telekom hat für den Fall einer positiven Entscheidung durch die Bundesnetzagentur angekündigt, in den kommenden Jahren mehrere Milliarden Euro vorrangig in den Festnetz-Ausbau mit Vectoring investieren zu wollen. Bis zu 24 Millionen Haushalte in Deutschland können auf diese Weise einen schnelleren Internet-Anschluss erhalten. Ab 2014 könnten die ersten Kunden angeschlossen werden. Die hierfür nötige Hardware hat bereits die Marktreife erreicht. Untersucht wird derzeit noch, wie sich der Energiebedarf der neuen Technik reduzieren lässt. Bis 2016, so die Planung der Telekom, sollen 65 Prozent der Haushalte in Deutschland über eine FTTC-Infrastruktur mit VDSL-Vectoring versorgt werden können.

LANDESGESELLSCHAFTEN TREIBEN MODERNISIERUNG DES FESTNETZES VORAN.

Der Konzern Deutsche Telekom setzt in seinem Netzbetrieb auf modernste Technologien. Wie die folgenden Beispiele zeigen, sind auch im Festnetz-Segment erhebliche Fortschritte erzielt worden.

Ungarn: Modernisierung mit WASP.
2012 fiel der Startschuss für WASP, ein aus zwei Phasen bestehendes Modernisierungsprojekt für das ATM-gestützte ADSL-Festnetz von Magyar Telekom. Dabei werden breitbandige Multi-Service Access Nodes (MSAN) mit VDSL2-Karten installiert. MSAN wurde gewählt, weil diese zukunftssichere Technologie mit VDSL (und auch mit ADSL und ADLS2+), dem alten analogen Telefonnetz und in Zukunft sogar mit GPON kompatibel ist.

Während der ersten WASP-Phase von 2012 bis 2014 werden die bisherigen DSLAM-Ports durch MSAN ersetzt. Zur Verbesserung der VDSL-Netzabdeckung werden dabei VDSL-Karten eingesetzt. In der zweiten Phase von 2014 bis 2017 wird MSAN in Bereichen mit Kupfertechnologie mit VDSL- und POTS-Karten eingesetzt, um eine servicegetriebene Migration des herkömmlichen Telefonnetzes (PSTN) zu ermöglichen.

Ungarn: Netzausbau mit IP EDGE.
Um das stark steigende Gesamtverkehrsvolumen im ungarischen Fest- und Mobilfunknetz zu bewältigen, ist ein Ausbau des IP-Netzes von Magyar Telekom unerlässlich. Im Rahmen des Projekts IP EDGE hat das

Unternehmen das IP-Netz modernisiert, zusätzliche Kapazität aufgebaut, den Betrieb vereinfacht und neue Dienste eingeführt. Darüber hinaus konnte Magyar Telekom mit dieser Technologie eine zukunftssichere konvergente IP-Plattform für Festnetz und Mobilfunk aufbauen und gleichzeitig den Energieverbrauch senken.

Griechenland: Moderne Infrastruktur für die Ägäischen Inseln. Die griechische Landesgesellschaft OTE bietet auf den Ägäischen Inseln jetzt noch schnellere und zuverlässigere Breitbandverbindungen an. Die Kapazität des Backbone-Netzes wurde um 50 Gbit/s erweitert, um dem Bedarf an schnellen Internet-Verbindungen auf den Inseln gerecht zu werden. Das Offshore-Netz von OTE – insgesamt 1 885 Kilometer –, das die Ägäischen Inseln miteinander und mit dem Backbone-Netz auf dem Festland verbindet, beruht auf modernster DWDM-Technik (Dense Wavelength Division Multiplexing) und einer Ringarchitektur, so dass bei einer Beschädigung eines Kabels mehrere Routing-Alternativen gewährleistet sind.

OTE VDSL : Ultraschnelle Übertragungsraten bis 50 Mbit/s. Als erstes griechisches Unternehmen bietet OTE ihren Kunden jetzt ultraschnelle Übertragungsraten bis zu 50 Mbit/s über VDSL-Technik an. Nutzer können jetzt schneller Dateien herunterladen, mehrere Geräte nahtlos miteinander verbinden, störungsfrei Video-Streaming in HD-Qualität und kürzere Reaktionszeiten bei Online-Spielen genießen – ein ganz neues Internet-Erlebnis für die Kunden.

SCHNELLERER INTERNET-ZUGANG IM SLOWAKISCHEN FESTNETZ.

Slovak Telekom hat die Geschwindigkeit des Internet-Zugangs im Festnetz für alle Kunden erhöht und die Versorgung bei Kupfer- und DSL-Anschlüssen um 9,4 Prozent verbessert. Im Rahmen verschiedener Programme wurden die Übertragungsraten jeweils von 2 Mbit/s auf 5 Mbit/s, von 3,5 bis 6,5 Mbit/s auf 10 Mbit/s und von 12 Mbits/s auf 20 Mbits/s erhöht. Die Erhöhung erfolgte automatisch und für die Kunden kostenlos. Diese wurden direkt im Anschluss an die Maßnahme über die Verbesserung ihres Internet-Zugangs informiert.

WLAN-SERVICES FÜR BREITBANDINTERNET UNTERWEGS.

Gegenwärtig bieten wir unseren Kunden in Deutschland und darüber hinaus diverse Optionen zur breitbandigen Internet-Nutzung an. Unter anderem betreiben wir hierfür stationäre und bewegliche WLAN-HotSpots beispielsweise in Verkehrsmitteln. So können die Nutzer unseres HotSpot-Diensts an mehr als 11 000 Standorten in Deutschland, zum Beispiel in 1 400 McDonald's-Restaurants, und rund 50 000 Standorten unserer Partner weltweit komfortabel auf Daten und Informationen zugreifen.

2012 hat die Telekom in Deutschland außerdem 5 100 öffentliche Telestationen, die vielseitigen Nachfolger der klassischen Telefonzelle, mit HotSpots betrieben. Um die WLAN-Abdeckung zu verbessern, planen wir bis Ende 2014 weitere 5 000 Telestationen zu errichten.

WLAN TO GO: Ab Sommer 2013 erhalten Telekom-Kunden mit WLAN TO GO Zugang zu einer schnell wachsenden Zahl an HotSpots weltweit. Derzeit sind es rund 8 Millionen. Basis für das Angebot ist die neue Partnerschaft mit dem weltweit größten WLAN-Netzwerk Fon. Allein in Deutschland sollen über diese Kooperation bis Ende 2016 bis zu 2,5 Millionen zusätzliche HotSpots aufgebaut werden. Dabei soll ein Technologiemix aus Mobilfunk, Festnetz und WLAN genutzt werden, der einen nahtlosen Wechsel zwischen diesen Technologien ermöglicht. Der Vorteil im Sinne einer integrierten Netzausbaustrategie: Durch WLAN und HotSpots kann der hohe Datenverkehr ins Festnetz abgeleitet und so das Mobilfunknetz entlastet werden.

WLAN TO GO basiert auf dem Prinzip des gegenseitigen Teilens: DSL-Kunden können ab Juni 2013 ungenutzte Kapazitäten ihres Internet-Anschlusses mit anderen teilen. Im Gegenzug erhalten sie kostenlosen Zugang zu vielen Millionen WLAN-Spots weltweit bei anderen DSL-Nutzern, die ihren Internet-Anschluss ebenfalls hierfür bereitstellen. Mit WLAN TO GO kann der Kunde darüber hinaus kostenlos an allen Telekom HotSpot in Deutschland ins Internet gehen. Die Telekom legt bei WLAN TO GO großen Wert auf Datenschutz und Sicherheit. Das heimische Netzwerk des Anschlussinhabers bleibt geschützt und es besteht keinerlei Haftungsrisiko. Auch surft der Anschlussinhaber weiterhin mit hoher Geschwindigkeit. Noch im Jahr 2013 wird die Telekom die Kooperation mit Fon auch auf andere Landesgesellschaften in Bulgarien, Griechenland, Rumänien, der Slowakei und Ungarn ausweiten.

Railnet: Im Rahmen der Kooperation Railnet bieten wir den Kunden gemeinsam mit der Deutschen Bahn AG auf ausgewählten Strecken WLAN-HotSpots in den ICE-Zügen an. Das Angebot wird kontinuierlich ausgebaut: Bis Ende 2014 sollen alle 255 ICE-Züge der Bahn sowie rund 5 000 Kilometer Bahntrasse mit WLAN-HotSpots ausgerüstet sein. Neben Flash-OFDM setzen wir hierbei zunehmend UMTS/HSPA sowie die LTE-Technologie ein. Mit LTE sind bis Ende 2012 die Strecken München–Nürnberg, Wolfsburg–Berlin und Berlin–Hamburg ausgestattet worden. Zwischen Frankfurt und Nürnberg werden LTE und HSPA im Mischbetrieb genutzt. Auf den Verbindungen zwischen Dortmund, Hannover und Wolfsburg sowie Mannheim–Basel kommt vorrangig HSPA zum Einsatz.

Inflight: An Bord von inzwischen sieben verschiedenen Airlines, darunter der Lufthansa, bieten wir unseren Kunden mit Inflight die Möglichkeit, per HotSpot online zu gehen. Der Dienst ist satellitengestützt und

wird gemeinsam mit unserem Partner Panasonic Avionics zur Verfügung gestellt. 85 Prozent der 106 Maschinen der Lufthansa-Interkontinentalflotte waren Ende 2012 damit ausgerüstet. Die Airline verfügt hierdurch über die derzeit größte Anzahl an HotSpots in Flugzeugen. Unsere weiteren Kunden Gulf Air, Turkish Airlines, Transaero, Etihad und JAL haben sich erst vor Kurzem für Inflight entschieden und verfügen daher bisher nur über wenige Flugzeuge mit der Technik. Zum Ende des Jahres 2012 betrieben wir im Rahmen des Projekts 114 HotSpots. Mit American Airlines ist im Januar 2013 eine weitere bedeutende Luftfahrtgesellschaft hinzugekommen. Sie bietet den Dienst derzeit in drei ihrer Maschinen an.

MOBILFUNK DER ZWEITEN & DRITTEN GENERATION.

Parallel zum Aufbau der neuesten Mobilfunknetze treibt die Telekom auch den Ausbau der bestehenden 2G- und 3G-Infrastruktur weiter voran. Immer mehr Menschen erhalten damit die Möglichkeit, über einen schnellen Anschluss an der Informations- und Wissensgesellschaft teilzunehmen. Außerdem bringen wir ältere Anlagen auf den neuesten Stand der Systemtechnik und verbessern damit deren Leistung und Energieeffizienz.

HOCHGESCHWINDIGKEITS-UMTS MIT HSPA+.

In allen Ballungsräumen Deutschlands kann mit UMTS (Universal Mobile Telecommunications System), der Mobilfunk-Technologie der dritten Generation (3G), auf das Internet zugegriffen werden. Mit dem UMTS-basierten Verfahren High Speed Packet Access+ (HSPA+) kann die Geschwindigkeit der Datenübertragung auf DSL-Niveau – also bis zu 42,2 Mbit/s – erhöht werden.

Die Telekom gilt in Deutschland als Qualitätsführer im Mobilfunk. Um diese Position zu festigen, treiben wir den Ausbau des UMTS-Netzes als Bestandteil unseres Technologiemix weiter voran. Ende 2012 erreichten wir hierbei in Deutschland eine Abdeckung von 89 Prozent der Bevölkerung mit dem UMTS-basierten HSPA+. Auch 2013 werden wir den Ausbau fortsetzen.

MODERNISIERUNG DER MOBILFUNKNETZE (HSPA+, 3G, IP).

Eine Verbesserung der Mobilfunk-Qualität in den 2G- und 3G-Netzen ist ein weiteres strategisches Ziel im gesamten Konzern Deutsche Telekom. In vielen Landesgesellschaften wurden im Berichtszeitraum hierbei erhebliche Fortschritte erzielt.

Das 3G-Netz von Slovak Telekom deckt jetzt 70 Prozent der slowakischen Bevölkerung ab. Der entsprechende HSPA+ ist inzwischen an 415 Standorten verfügbar. Im Hinblick auf einen Betrieb der Endgeräte im Freien erreichte die Versorgung mit HSPA+ (21 Mbit/s) im 3G-Netz zum Ende des Berichtszeitraums 77 Prozent der slowakischen Bevölkerung.

Crnogorski Telekom, die montenegrinische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom, investierte 2,1 Millionen Euro in die Modernisierung ihres Funkzugangsnetzes (RAN). Mit 267 Basisstationen im 2G-Netz erreicht die GPRS/EDGE-Technologie jetzt 99 Prozent der Bevölkerung. Mit 90 3G-Basisstationen (alle IP-basiert) können 72 Prozent der Bevölkerung außerdem mit UMTS/HSPA+ versorgt werden. 200 000 Euro wurden investiert, um 32 TDM-basierte Funkfelder für 3G-Basisstationen durch IP-Richtfunktechnik zu ersetzen. Außerdem investierte Crnogorski Telekom im Jahr 2012 insgesamt 200 000 Euro in drei neue 2G- und fünf neue 3G-Basisstationen.

ERHÖHTE 3G-NETZABDECKUNG DURCH NATIONAL-ROAMING-ABKOMMEN IN ÖSTERREICH.

Dank einer langfristigen Netzpartnerschaft zwischen T-Mobile Austria und einem ihrer Wettbewerber nutzen Kunden in Österreich seit Ende 2012 ein erweitertes 3G-Netz. T-Mobile Austria konnte so die 3G-Netzabdeckung, besonders in ländlichen Gebieten, erheblich verbessern und auf landesweit 94 Prozent steigern. Darüber hinaus wirkt die Kooperation kosteneffizient und umweltschonend, da sie neue, parallel betriebene 3G-Standorte überflüssig macht.

AMC 3G ALS BESTES NETZ IM MARKT BEWERTET.

Das 3G-Netz der albanischen Landesgesellschaft AMC wurde am 20. November 2012 im Rahmen des vierten Infocom Albania Forum in Tirana als bestes Netz im Markt mit dem Preis für „3G Business Excellence“ ausgezeichnet. Das Thema des Forums, das sich als einziges in Albanien speziell mit der nationalen und internationalen Entwicklung im Bereich ICT beschäftigt, lautete „Von der Infrastruktur-Evolution zur digitalen Revolution“.

MOBILFUNK DER VIERTEN GENERATION.

An der Etablierung der neuen, auf der LTE(Long Term Evolution)-Technik basierenden vierten Generation der Mobilfunknetze – „Next Generation Mobile Networks“ beziehungsweise „4G“ – hat die Telekom maßgeblichen Anteil. Mit LTE kann die wachsende Nachfrage nach schnellem und standortunabhängigem Internet befriedigt werden – auch in Gegenden mit schwacher Infrastruktur. Im Rahmen unseres CR-Handlungsfelds „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ fördern wir gezielt die Anbindung bisher unerschlossener Gebiete.

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

AUFBAU DES LTE-NETZES IN DEUTSCHLAND.

In Deutschland begann die Telekom im Jahr 2010 mit dem Aufbau der LTE-Infrastruktur, um ihr Mobilfunknetz frühzeitig auf die stark steigende Nutzung von Smartphones und Tablet-Computern vorzubereiten und die wachsenden Ansprüche ihrer Kunden zu erfüllen. Bis Ende des Jahres 2012 wurden mehr als 3 000 Basisstationen eingerichtet und der Dienst mittels des parallel im Aufbau befindlichen LTE1800 in über 100 der größten deutschen Städte gestartet. Hamburg, Bremen, Berlin und München sind neben Köln nur einige der Städte, die seither mit LTE1800 versorgt werden. Auch der Ausbau der LTE-Technologie im 800-MHz-Bereich schreitet schnell voran.

Weiße Flecken abgedeckt.
Gemeinsam mit den beiden anderen 800-MHz-Netzbetreibern haben wir die LTE-Ausbauverpflichtungen in Deutschland in allen 16 Bundesländern erfüllt: Die sogenannten weißen Flecken sind verschwunden – auch in den ländlichen Regionen steht nun ein Breitbandinternet-Zugang zur Verfügung. Mit der Erfüllung der Ausbauverpflichtungen können wir die zugeteilten Frequenzen im 800-MHz-Bereich bundesweit uneingeschränkt nutzen; dies ermöglicht Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 50 Mbit/s.

Bis Ende 2012 haben wir bereits 2 200 Basisstationen mit LTE-800-Technik ausgerüstet. 2 400 weitere LTE-Basisstationen operieren im 1 800-MHz-Spektrum, das aufgrund der kürzeren Reichweiten vorwiegend in urbanen Regionen verwendet wird. Mit beiden Techniken zusammengenommen erreichten wir Ende 2012 eine Bevölkerungsabdeckung von 42 Prozent. Im Jahr 2016 sollen bis zu 85 Prozent der Bevölkerung abgedeckt sein.

AUSBAU DER 4G/LTE-MOBILFUNK-TECHNIK.

Mit der LTE-Technik bieten die Mobilfunknetze der vierten Generation (4G) eine unvergleichliche Qualität für Dienste, die hohe Übertragungsraten erfordern. Vorreiter im Bereich „Vernetztes Leben und Arbeiten“ zu sein, ist ein strategisches Ziel der Deutschen Telekom. Deshalb haben Gesellschaften im gesamten Konzern mit dem Auf- beziehungsweise Ausbau ihrer LTE-Netze begonnen.

LTE-Roll-out in Ungarn.
Dank der neuen LTE-Basisstationen in Ungarn erreichte die Netzabdeckung außerhalb von Gebäuden Ende 2012 landesweit 27 Prozent der Bevölkerung und 99 Prozent der Einwohner Budapests. Mit diesem Ausbau überrundete T-Mobile Hungary die beiden anderen Anbieter von LTE-Mobilfunk-Diensten des Landes.

Montenegro: LTE-Start im Oktober 2012.
Mit einem LTE-Pilotnetz aus fünf eNodeB-Basisstationen startete Crnogorski Telekom in Montenegro: vier 2 600-MHz-Stationen im Stadtzentrum von Podgorica und eine 1 800-MHz-Station in Kotor zur Versorgung des Innenstadtbereichs.

Cosmote bringt das 4G-Netz nach Griechenland.
Im November 2012 gab Cosmote den Startschuss für das erste kommerzielle 4G/LTE-Netz in Griechenland, das einen Großteil der Regionen Athen und Thessaloniki versorgt. Das neue 4G-Netz von Cosmote steht den Vertragskunden des Unternehmens zunächst für den Up- und Download von Daten über 4G-Tablet-Computer und USB-Speichersticks zur Verfügung. Es ist geplant, das 4G-Netz in naher Zukunft auf weitere griechische Städte auszudehnen.

Cosmote Romania: Erfolgreiche Labor- und Feldversuche mit LTE-Technologie.
Nach der erfolgreichen Durchführung von LTE-Labor- und -Feldversuchen kann Cosmote Romania in naher Zukunft mit dem Aufbau des 4G/LTE-Netzes beginnen.

Vorreiter für 4G in Kroatien.
Im März 2012 führte T-HT Hrvatski Telekom das erste kommerzielle 4G/LTE-Netz in Kroatien ein, mit Basisstationen in Zagreb, Rijeka, Osijek und Split. Der weitere Ausbau des LTE-Netzes in zusätzlichen städtischen und ländlichen Regionen des Landes ist geplant.

T-Mobile Austria bereitet LTE-Ausbau vor.
T-Mobile Austria hat sich österreichweit auf den LTE-Ausbau vorbereitet. Als Voraussetzung dafür wurde bis zum 27. November 2012 die komplette GSM-Infrastruktur modernisiert und mit einer neuen Sendertechnologie ausgestattet. Gleichzeitig wurde für mehr als 4 Millionen Kunden von T-Mobile Austria die Sprachqualität und Verbindungssicherheit verbessert: Sprachunterbrechungen wurden um 28 Prozent verringert, während die Verbindungssicherheit um 79 Prozent stieg.
Im Oktober 2012 wurde das Mobilfunknetz der T-Mobile Austria vom Magazin connect mit dem Gesamturteil „sehr gut“ ausgezeichnet.

MOBILFUNK & GESUNDHEIT.

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

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

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

EMF-POLICY: RICHTLINIE „ELEKTROMAGNETISCHE FELDER“.

EMF steht für „elektromagnetische Felder“ – die physikalische Voraussetzung jeder Signalübertragung per Funk. Um einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Thema Mobilfunk und Gesundheit zu gewährleisten, haben wir uns mit unserer EMF-Policy einen klaren Handlungsrahmen gegeben. Sie beschreibt die Mindestanforderungen für den Bereich Mobilfunk und Gesundheit. Mit ihr verpflichten wir uns – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation und finanzieller Unterstützung unabhängiger Forschung zum Mobilfunk.

Auch die Landesgesellschaften schließen sich dieser Verpflichtung an: Die Vorstände aller europäischen Mobilfunk-Gesellschaften der Telekom haben die EMF-Policy unterzeichnet. Deren Umsetzung wird im Abstand von zwei bis drei Jahren umfassend evaluiert, um einzelne Aspekte zu verbessern und gemeinsam in verschiedenen Arbeitsgruppen wie beispielsweise dem „EMF Core Team“ oder der „EMF Technical Working Group“ Lösungen zu erarbeiten. Zu den Aufgaben dieser Arbeitsgruppen gehört zudem die Förderung des konzernweiten Austauschs zwischen Konzernzentrale und Mobilfunk-Gesellschaften. Dabei werden neue Initiativen entwickelt und Erfahrungen mit unterschiedlichen Strategien diskutiert. Ein Schwerpunkt im Jahr 2012 lag in der Entwicklung von allgemeinverständlichen Informationen zu DECT-Telefonie, WLAN und Sicherheit. Interne und externe Fachleute aus den Bereichen Gesundheit, Sicherheit und Messtechnik führten außerdem Schulungen mit internen Fachexperten zum aktuellen Forschungsstand auf diesem Gebiet durch. Gleichzeitig arbeiteten internationale Experten der Deutschen Telekom an der technischen Bewertung neuer Technologien.

TRANSPARENZ.

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

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

In den meisten Märkten, in denen die Telekom aktiv ist, gelten gesetzlich verankerte Grenzwerte, die auf den Empfehlungen der ICNIRP für den Mobilfunk (bezogen auf den Frequenzbereich von 100 kHz bis 300 GHz) beruhen. Alle Basisstationen unserer Mobilfunk-Landesgesellschaften sind gemäß den jeweiligen nationalen Grenzwertbestimmungen aufgebaut und entsprechen diesen Empfehlungen. Um für Transparenz zu sorgen, liefern unsere Landesgesellschaften auf Anfrage Informationen zu jeder einzelnen Basisstation.

T-HT HRVATSKI TELEKOM UNTERSTÜTZT NATIONALE DATENBANK DES GESUNDHEITSMINISTERIUMS FÜR ALLE EMF-QUELLEN.

Die kroatische Landesgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom arbeitet aktiv bei der Erstellung eines EMF-Registers aller EMF-Emissionsquellen des kroatischen Gesundheitsministeriums mit. Im Berichtszeitraum beauftragte sie hierfür ein vom Gesundheitsministerium autorisiertes Labor mit Messungen in der Nähe ihrer Basisstationen. Die Messungen deckten sämtliche Mobilfunk-Einrichtungen der T-HT Hrvatski ab. Im Mai 2012 wurden die Ergebnisse dem Ministerium zur Verfügung gestellt. Mit der Veröffentlichung im EMF-Register trägt T-HT Hrvatski Telekom dazu bei, die realen Emissionswerte in der Praxis transparenter darzustellen und so Besorgnisse in der Bevölkerung abzubauen. Das Unternehmen schafft damit die Basis für einen offenen Stakeholder-Dialog mit interessierten Bürgern über Mobilfunk und Gesundheit.

GRIECHENLAND: MESSUNGEN IM SECHSMINUTENTAKT.

Im Berichtszeitraum installierte Cosmote Greece insgesamt zehn neue Messstationen mit dem Messsystem Pedion24. Dieses autonome Monitoringsystem misst die elektromagnetischen Felder an ausgewählten Orten rund um die Uhr und übermittelt die Messdaten an einen zentralen Speicher. Dort werden sie ausgewertet und unverzüglich im Internet veröffentlicht. Über das Jahr wurden 2 550 000 Messungen (alle sechs Minuten eine Messung) durchgeführt und die Ergebnisse auf www.pedion24.gr veröffentlicht. So konnten für interessierte Bürger lückenlose Informationen über die vorhandenen elektromagnetischen Felder an ausgewählten Standorten bereitgestellt werden.

Um die Akzeptanz der Basisstationen bei Anwohnern und Entscheidungsträgern zu erhöhen und zu einer sachlichen Diskussion beizutragen, hat Cosmote Greece im Berichtszeitraum Messwerte offengelegt und die kritische Öffentlichkeit umfassend auch über alle weiteren Aspekte von Mobilfunk und Gesundheit informiert. Außerdem suchte das Unternehmen den Dialog zu Kunden und Bürgern beispielsweise durch die aktive Teilnahme an und dem Organisieren von Informationsveranstaltungen.

MESSKAMPAGNE IN ALBANIEN ABGESCHLOSSEN.

Die albanische Landesgesellschaft AMC unterstützt seit 2011 eine unabhängige Messkampagne der Polytechnischen Universität von Tirana, um mehr Transparenz über tatsächliche EMF-Emissionen im Land herzustellen. Dabei wurden elektromagnetische Felder an „sensiblen“ Orten wie Schulen, Krankenhäusern und Wohngebieten gemessen. Insgesamt ermittelten die Wissenschaftler EMF-Werte von 50 Basisstationen der AMC in den zwei größten albanischen Städten. Die Ergebnisse und der Abschlussbericht werden 2013 auf den Websites von AMC und der Polytechnischen Universität Tirana veröffentlicht.

EXTREM NIEDRIGE IMMISSIONSWERTE IN ÖSTERREICH GEMESSEN.

Im Auftrag des Branchenverbands Forum Mobilkommunikation (FMK) führte der TÜV Austria von 2009 bis 2012 in ganz Österreich Messungen der Immissionswerte von Hochfrequenzfeldern durch. An 449 Orten wurden unter anderem die Immissionen von Radio, TV, Behördenfunk, Mobilfunk und Schnurlostelefonen erhoben. Nach Abschluss der Messreihen im September 2012 wurden die Werte in einer Datenbank auf der Website des Branchenverbands publiziert. Die gemessenen Werte sind sehr niedrig: Meist liegen sie bei einigen Zehntausendstel der von der Weltgesundheitsorganisation (WHO) empfohlenen und in Österreich verbindlichen Grenzwerte. Der höchste Wert erreicht nicht einmal ein Promille des für den 900-MHz-Bereich zulässigen Grenzwerts.

Mit der Veröffentlichung der Messungen leistet der Branchenverband mit T-Mobile Austria als aktivem Mitglied einen wichtigen Beitrag zur Versachlichung der Diskussionen um Mobilfunk und Gesundheit in Österreich.

INFORMATION.

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

BRANCHENWEITE KOMMUNIKATIONSINITIATIVEN.

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

INITIATIVEN DES INFORMATIONSZENTRUMS MOBILFUNK.

Im Berichtszeitraum hat die Brancheninitiative des Informationszentrums Mobilfunk (IZMF) ihr Informationsangebot deutlich erweitert. So wurden unter anderem interaktive Inhalte ins Internet gestellt und mehrere Broschüren herausgegeben. Außerdem wurden 2012 mehrere Kurzfilme produziert. Sie beleuchten verschiedene Aspekte rund um das Thema Mobilfunk und Gesundheit und geben Antwort auf zentrale Verbraucherfragen wie: Was ist ein SAR-Wert und wie wird er gemessen? Im November 2012 veranstaltete das IZMF außerdem einen Stakeholder-Workshop des Kommunikationsforums Mobilfunk zur Mobilfunk-Selbstverpflichtung mit Beteiligung von Mitarbeitern der Deutschen Telekom.

EMF-KOMMUNIKATION DER LANDESGESELLSCHAFTEN.

Diverse Landesgesellschaften haben ihre Verbraucherinformationen zu Mobilfunk und Gesundheit im Berichtszeitraum intensiviert:

T-Mobile Czech Republic hat ihr Internet-Portal erneuert und stellt Interessierten darauf umfangreiche Informationen zum Thema Basisstationen und Gesundheit zur Verfügung. Dort wird jetzt unter anderem über gemeinsame Aktivitäten der Telekom und der weltweiten Industrievereinigung der GSM-Mobilfunkanbieter, GSMA, im Bereich der Forschungsfinanzierung berichtet. Neu ist auch das Angebot, über die E-Mail-Adresse bts@t-mobile.cz mit einem Spezialisten für EMF in Kontakt zu treten.

T-Mobile Austria hat 2012 eine neue Kommunikationsstrategie in Kraft gesetzt. In deren Rahmen gab die österreichische Landesgesellschaft interne und externe Broschüren zur sicheren Verwendung von Mobilfunk-Techniken heraus, begann, ihre Mobilfunk- und Gesundheits-Seiten im Internet zu überarbeiten und entwickelte gemeinsam mit dem Forum Mobilkommunikation eine Leitlinie für den Bau von Mobilfunk-Anlagen. Diese richtet sich als praktische Entscheidungsgrundlage an städtische und regionale Behördenvertreter und macht diese vertraut mit den technischen, physikalischen, rechtlichen und kommunikativen Herausforderungen im Zusammenhang mit dem Aufbau von Mobilfunknetzen.

Die albanische Landesgesellschaft AMC startete 2012 eine Kampagne zur Information der Öffentlichkeit sowie politischen Entscheidungsträgern. Neben allgemeinen Themen des Mobilfunks wurden dabei auch Gesundheitsfragen im Zusammenhang mit Mobilfunk-Antennen thematisiert und 3 000 Broschüren zu diesem Thema verteilt.

Im Herbst 2012 hat die bulgarische Landesgesellschaft Globul ihre EMF-Broschüre überarbeitet. Sie beantwortet umfassend allgemeine Fragen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit. Überarbeitet wurden unter anderem Inhalte zu neuesten Forschungsergebnissen und Gesetzesinitiativen.

DEUTSCHE KOMMUNEN BEIM LTE-AUSBAU UNTERSTÜTZT.

Bei gesellschaftlich relevanten Aufgaben wie der Bereitstellung von Informationen zu elektromagnetischen Feldern (EMF) kooperiert die Telekom in Deutschland mit ihren Wettbewerbern. Sie arbeitet bei diesen branchenweiten Kommunikationsinitiativen auch außerhalb institutionalisierter Netzbetreibervereinigungen, wie zum Beispiel dem Informationszentrum Mobilfunk (IZMF) mit öffentlichen und privaten Partnern zusammen: So hat die Deutsche Telekom gemeinsam mit den kommunalen Spitzenverbänden und anderen Netzbetreibern auch im Jahr 2012 verschiedene Informationsmaterialien wie beispielsweise Grundlagenpapiere zur neuen Mobilfunk-Technologie LTE erarbeitet. Im Sinne der Verbändevereinbarung mit den kommunalen Spitzenverbänden hat sich die Telekom mit den betroffenen Kommunen hinsichtlich der

Standortwahl abgestimmt. Weiterhin wurde 2012 im Jahresgespräch mit den kommunalen Spitzenverbänden an Konzepten für eine verbesserte Zusammenarbeit mit Kommunen gearbeitet. Ziel dieser Informationsinitiative es, die Kommunen über die neue Technologie zu informieren und Lösungsvorschläge für einen LTE-Ausbau zu erarbeiten.

ONLINE-INFORMATIONEN ZU MOBILFUNK UND GESUNDHEIT.

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

Online-Informationen der Mobilfunk-Gesellschaften zum Thema Mobilfunk und Gesundheit.

Deutsche Telekom	www.telekom.com
Telekom Deutschland Vertriebsportal	www.telekom.de/sar-werte
T-Mobile Austria	www.t-mobile.at
T-Mobile Netherlands	www.t-mobile.nl
T-HT Hrvatski Telekom	www.t.ht.hr
Cosmote Greece	www.cosmote.gr
Magyar Telekom	www.telekom.hu www.emf-portal.hu
Cosmote Romania	www.cosmote.ro
AMC	www.amc.al
T-Mobile Macedonia	www.t-mobile.com.mk

KONTINUIERLICH AKTUALISIERTE INFORMATIONEN FÜR MOBILFUNK-NUTZER.

Die Telekom hat sich in Deutschland dazu verpflichtet, die Bürger über alle Fragen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit umfassend zu informieren. Hierfür nutzt sie unter anderem den Flyer „Informationen zum Umgang mit dem Handy“. Ergänzend kann sich der Verbraucher auf der Website der Telekom in Deutschland über die SAR-Werte aller von ihr vertriebenen Endgeräte informieren. Die Werte der dort aufgeführten Geräte liegen deutlich unter dem entsprechenden gesetzlichen Grenzwert von zwei Watt pro Kilogramm Körpergewicht. Auch an unseren Verkaufspunkten und in verschiedenen Magazinen wie zum Beispiel der Zeitschrift „telekom trend“ bieten wir dem interessierten Verbraucher einen kontinuierlich aktualisierten SAR-Infoservice sowie vielfältige Hintergrundinformationen über Technik- und Sicherheitsaspekte.

SCHULUNG UND SENSIBILISIERUNG VON MITARBEITERN UND AUFTRAGNEHMERN.

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

Beispiele für EMF-Schulungsprogramme in den Landesgesellschaften.

Die Landesgesellschaften richten sich mit den Schulungen gezielt an ausgewählte Mitarbeiter. Diese sollen als Multiplikatoren ihre Kollegen sowie Lieferanten, Subunternehmer, Kunden und die allgemeine Öffentlichkeit mit besseren und vollständigeren Informationen zu EMF versorgen und so dazu beitragen, die Diskussionen um Mobilfunk und Gesundheit zu versachlichen. Themenschwerpunkte bildeten 2012 nationale und internationale Sicherheitsstandards, Verfahren zur Risikobewertung und der Umgang mit der Wahrnehmung des Themas in der Bevölkerung. Ungarns Magyar Telekom beispielsweise veranstaltete 2012 zwei Schulungen mit insgesamt 40 Mitarbeitern. Cosmote Romania führte Trainings mit rund 50 Beschäftigten verschiedener technischer und kaufmännischer Abteilungen durch. Cosmote entschloss sich zu dieser Maßnahme aufgrund von Omnibus-Umfragen aus dem Jahr 2011, die eine tendenziell negative Wahrnehmung von EMF-Themen in der Öffentlichkeit aufgezeigt hatten.

Globul, die bulgarische Landesgesellschaft, schulte zusätzlich auch die Subunternehmer, die mit der Akquisition von Standorten für Mobilfunk-Basisstationen sowie deren Bau und Einrichtung beauftragt sind. Im November und Dezember 2012 lernten sie unter anderem, wie sich die EMF-Thematik adäquat nach außen kommunizieren lässt.

PARTIZIPATION.

Basis für einen erfolgreichen Netzausbau durch die Deutsche Telekom ist die aktive und frühzeitige Einbeziehung aller Beteiligten. Hierzu suchen wir gezielt den Dialog mit Stakeholdern wie zum Beispiel Kommunen, Bürgern und Anwohnern von Mobilfunk-Standorten sowie kritischen Initiativen und NGOs. Sie liefern uns mit ihrer konstruktiven Kritik und ihren Anregungen wertvolle Hinweise, die wir in unseren Planungen berücksichtigen. In der EMF-Policy haben wir deshalb das Prinzip der Partizipation fest verankert.

Aufbauend auf dem Grundsatz der Teilhabe halten wir unsere Landesgesellschaften an, eng mit Kommunen zusammenzuarbeiten und diese mit Fachwissen bei der Beantwortung von Bürgeranfragen zu Themen der Netzentwicklung und Mobilfunk-Standortwahl zu unterstützen. Sie sind außerdem aufgefordert, bei der Standortsuche in Konfliktfällen möglichst einvernehmliche Lösungen zu suchen. Förderlich ist hierfür die Ernennung von Ansprechpartnern, die kontinuierliche Beziehungen mit den regionalen Akteuren pflegen. So können Konflikte oder offene Fragen schnell, fundiert und unkompliziert adressiert werden.

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

SELBSTVERPFLICHTUNG DER MOBILFUNK-BETREIBER IN DEUTSCHLAND.

Die Telekom Deutschland hat sich im Verbund mit den übrigen Mobilfunk-Betreibern in Deutschland gegenüber der Bundesregierung freiwillig zu vertrauensbildenden Maßnahmen beim Ausbau der Mobilfunknetze verpflichtet. Die Schwerpunkte liegen dabei auf folgenden Aktivitäten:

- Verbesserung der Kommunikation und Partizipation aller Betroffenen bei der Standortfindung
- Verbraucherschutz und Verbraucherinformationen
- finanzielle Unterstützung unabhängiger Forschung
- Beteiligung am Aufbau einer EMF-Datenbank, EMF-Monitoring, EMF-Messprogrammen

Entsprechend dieser Selbstverpflichtung kündigte sie 2012 gemeinsam mit ihren Wettbewerbern an, das Vorhaben des Bundesumweltministeriums zur EMF-Risikokommunikation in den nächsten beiden Jahren mit insgesamt 600 000 Euro zu unterstützen. Hierdurch wird beispielsweise das 2012 neu aufgesetzte Forschungsprojekt „Wissensmanagement und Risikokommunikation“ finanziert. Die Koordination und fachliche Bewertung liegt beim Bundesamt für Strahlenschutz. Ziel ist es, noch umfassender und gezielter über mögliche Wirkungen des Mobilfunks auf den Menschen und die Umwelt zu informieren.

Die Umsetzung der zugesagten freiwilligen Maßnahmen wird durch unabhängige Prüfer begutachtet. Die Ergebnisse des von ihnen erstellten Jahresgutachtens 2011 wurden Ende 2012 veröffentlicht. Das Gutachten bestätigt wie in den Vorjahren die nachhaltige Umsetzung der Selbstverpflichtung durch die Telekom in Deutschland. Trotz des intensiven Ausbaus der LTE-Netze gaben mehr als zwei Drittel der befragten Kommunen an, dass es im Beobachtungszeitraum keinen Konfliktfall gab. Verbesserungsbedarf bestehe hingegen bei der Information kleinerer Kommunen. Die Netzbetreiber reagierten darauf mit der Ankündigung, ihre Prozesse zu überprüfen und zu korrigieren.

DIALOGE ZUM NETZAUF- UND -AUSBAU.

Bei der Einführung neuer Technologien ist es wichtig, die Bevölkerung frühzeitig über die verwendete Technik zu informieren. Unsere Erfahrungen mit dem Aufbau der Netzinfrastruktur zeigen, dass ein direkt mit Kommunen, Bürgern und Anwohnern geführter Dialog maßgeblich zur Akzeptanz unserer Technik und zum Abbau von Unsicherheiten beiträgt. Um kleine Kommunen, die zuvor die Informationspraxis der Netzanbieter bemängelt hatten, besser über die Inbetriebnahme von Mobilfunk-Standorten zu informieren, legten wir 2012 den Schwerpunkt auf Maßnahmen zur Verbesserung der Kommunikation und Informationsvermittlung. Zur Klärung von Konflikten beim Netzaufbau wurden unter anderem Mediationsstellen eingerichtet. Außerdem unterstützt die Telekom die Lösung von Konflikten durch regionale Ansprechpersonen für Mobilfunk und Gesundheit – Telekom-Mitarbeiter, die vor Ort in direktem Kontakt mit Vertretern der Kommunen stehen.
Durch aktive Mitarbeit an dem Ende 2012 abgeschlossenen LTE-Messprogramm (in Zusammenarbeit mit dem IZMF) leistete die Deutsche Telekom einen weiteren Beitrag zum Dialog mit Kommunen.

Gemeinsam mit den anderen deutschen Mobilfunk-Unternehmen sowie den kommunalen Spitzenverbänden (Deutscher Städtetag, Deutscher Landkreistag sowie Deutscher Städte- und Gemeindebund) unterzeichnete die Deutsche Telekom bereits im Jahr 2001 zudem die „Vereinbarung über den Informationsaustausch und die Beteiligung der Kommunen beim Ausbau der Mobilfunknetze“. Ziel dieser Verbändevereinbarung ist die Partizipation der Städte und Gemeinden am Netzausbau. Im Rahmen eines kooperativen und konstruktiven Dialogs streben Mobilfunk-Unternehmen und Kommunen eine einvernehmliche Lösung für neue Mobilfunk-Standorte an. Wie das Jahresgutachten zur Selbstverpflichtung der Mobilfunk-Betreiber in Deutschland 2011 verdeutlicht, konnte der Informationsfluss zwischen Kommunen und Netzbetreibern durch die umgesetzten Maßnahmen nachhaltig verbessert werden.

TEILNAHME AM EXPERTENDISKURS ZU EMF.

Die Telekom beteiligt sich an verschiedenen, auf Expertenebene stattfindenden Dialogen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit, wie beispielsweise den Sitzungen des „Runden Tischs Elektromagnetische Felder“ (RTEMF). Zu den Treffen des RTEMF im Mai und November 2012 waren Gesundheits-, Umwelt- und Verbraucherschutzexperten sowie Wissenschaftler geladen. Experten der Telekom nahmen ebenfalls teil und diskutierten aktuelle Sicherheits-, Forschungs- und Technikfragen zum Mobilfunk sowie weitere Möglichkeiten der Stakeholder-Einbeziehung. Für die Telekom Deutschland stellt der RTEMF ein zentrales Instrument für einen offenen Dialog mit allen Interessengruppen in der gesellschaftlichen EMF-Diskussion dar.

Fachleute der Landesgesellschaft Globul nahmen im Dezember 2012 am Jahrestreffen des Bulgarischen Nationalen Programmkomitees der Weltgesundheitsorganisation in Ognyanovo teil. Unter dem Motto „Neue Tendenzen in der Gesetzgebung zur EMF-Exposition in der Arbeitsumgebung und in städtischen Territorien“ diskutierten die Teilnehmer über den Regulationsbedarf zum Schutz der Gesundheit vor elektromagnetischen Feldern.

WISSENSCHAFTSFÖRDERUNG & PARTNERSCHAFT.

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

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

- Als führender Mobilfunknetz-Betreiber ist die Telekom gehalten, die unabhängige wissenschaftliche Erforschung möglicher Auswirkungen elektromagnetischer Felder auf die Gesundheit zu fördern und unabhängige Forschungsprogramme zu unterstützen.

- Die Festlegung von Grenzwerten für elektromagnetische Felder muss auf gesicherten Forschungsergebnissen beruhen und ständig überprüft werden.

FORSCHUNGSARBEIT ZUR RISIKOBEWERTUNG IM WISSENSCHAFTSFORUM EMF.

Das „Wissenschaftsforum Elektromagnetische Felder“ (WF-EMF) konzentrierte seine vielfältigen Aktivitäten 2012 auf die „Weiterentwicklung von evidenzbasierten Ansätzen und Werkzeugen für die Risikokommunikation zu Mobilfunk und Gesundheit“.

2012 bestand ein wichtiger Arbeitsschwerpunkt des WF-EMF in der Weiterentwicklung von Konzepten, mit denen wissenschaftliche EMF-Risikobewertungen in der Bevölkerung verständlicher vermittelt werden können. Getestet wurden hierzu unter anderem die Kommunikation und Verständlichkeit verschiedener Bewertungsschemata aus Laienperspektive. Darauf aufbauend entwickelte das WF-EMF Instrumente und Vorschläge zur Verbesserung der Kommunikation aktueller Risikobewertungen. Hierbei wurden mehrere Netzwerkmeetings mit Experten aus den Bereichen Mobilfunk-Forschung, Risikokommunikation und Risikobewertung durchgeführt. Neben Teilnehmern aus der Wissenschaft waren die Meetings offen für Vertreter aus Politik, NGOs, Bürgerinitiativen und der Wirtschaft.

2013 sollen die auf eine Verbesserung der Kommunikation von Risikobewertungen zielenden Vorschläge, Instrumente und Ansätze in der Praxis überprüft und weiterentwickelt werden.

UNTERSTÜTZUNG UNABHÄNGIGER FORSCHUNG.

Die Förderung unabhängiger Forschung ist Teil der freiwilligen Selbstverpflichtung der deutschen Mobilfunk-Betreiber gegenüber der Bundesregierung. Entsprechend fördert die Deutsche Telekom zusammen mit den anderen deutschen Netzbetreibern verschiedene Forschungsprogramme und Forschungsprojekte. Von 2008 bis 2012 unterstützte sie Projekte des Umweltforschungsplans der deutschen Bundesregierung im Bereich Mobilfunk und Gesundheit. Für den Zeitraum von 2012 bis 2014 wird ein Vorhaben des Bundesumweltministeriums zur Risikokommunikation gefördert. Die Ergebnisse aller bis jetzt geförderten und abgeschlossenen Projekte haben maßgeblich zur Beantwortung offener Fragen zu Mobilfunk und Gesundheit beigetragen und das Schutzkonzept für den Mobilfunk weiter gestärkt.

Projekte des Umweltforschungsplans.
Zusammen mit den anderen deutschen Netzbetreibern unterstützt die Telekom Deutschland Projekte des Umweltforschungsplans der deutschen Bundesregierung im Bereich Mobilfunk und Gesundheit. Gemeinsam stellten die Netzbetreiber hierfür einen Betrag von einer Million Euro zur Verfügung. Im Rahmen des Umweltforschungsplans wurden im Zeitraum von 2008 bis 2012 mehrere Projekte renommierter Forschungsgruppen realisiert. Deren Themenschwerpunkte sind mögliche Langzeitwirkungen der Nutzung des Mobilfunks und eine möglicherweise größere Sensitivität von Kindern gegenüber elektromagnetischen Feldern im Mobilfunk. Darstellungen der Projekte und Ziele sowie Zwischen- beziehungsweise Abschlussberichte sind online verfügbar.

Projekte zur Risikokommunikation.
Die Deutsche Telekom unterstützt zusammen mit den anderen Netzbetreibern bis 2014 das Vorhaben der Bundesregierung zur Risikokommunikation im Bereich Mobilfunk und Gesundheit mit insgesamt 600 000 Euro.

Mitfinanzierung von Forschungsdatenbank.
Weiterhin leistet die Deutsche Telekom finanzielle Unterstützung für den Betrieb der Datenbank des deutschen Forschungszentrums für Elektro-Magnetische Umweltverträglichkeit (FEMU) der Rheinisch-Westfälischen Technischen Hochschule Aachen. Diese umfasst bereits über 16 000 wissenschaftliche Beiträge zu diesem Thema.

Engagement für wissenschaftliche Langzeitstudie.
2012 setzte die Ludwig-Maximilians-Universität (LMU) München ihre Forschung über mögliche Zusammenhänge zwischen der Häufigkeit der Handy-Nutzung und dem Auftreten von Tumoren bei jungen Menschen im Rahmen der sogenannten MOBI-KIDS-Studie fort. Die Telekom Deutschland stellte den Wissenschaftlern unter Beachtung der

geltenden Datenschutzbestimmungen hierfür alle nötigen Daten zur Häufigkeit der Telefonnutzung der Studienteilnehmer bereit. So können eventuelle Erkrankungen in Beziehung zur realen Handy-Nutzung gesetzt werden. Dies ermöglicht eine bessere Forschungsmethodik und führt zu verlässlicheren Ergebnissen. An der Studie beteiligen sich Forscher aus 16 Staaten, indem sie in den Ländern vor Ort medizinische und Handy-Nutzer-Daten sammeln. Die Studie wird bis 2014 abgeschlossen sein und wertvolle Informationen zu einem möglichen Einfluss der Mobilfunk-Nutzung auf die Gesundheit junger Menschen liefern.

FORSCHUNG ZU NEUEN FUNKTECHNOLOGIEN.

Die Telekom Deutschland unterstützt gemeinsam mit den anderen Netzbetreibern das deutsche Bundesamt für Strahlenschutz (BfS) bei einer Studie zur Bestimmung der Exposition (des Ausmaßes, in dem eine Person einer Belastung ausgesetzt ist) der allgemeinen Bevölkerung durch neue Mobilfunk-Techniken. Durchgeführt wird das im August 2011 gestartete Forschungsprojekt vom Institut für Mobil- und Satellitenfunktechnik (IMST) und der EM-Institut GmbH. Sein Ziel ist es, die Datenlage zu elektromagnetischen Feldern neuer Funkdienste, wie zum Beispiel LTE, weiter zu verbessern. Die Telekom stellt den Projektteilnehmern alle hierfür notwendigen Informationen zu den Netzeinstellungen zur Verfügung. Die Studie wurde Ende 2012 abgeschlossen. Ein Zwischenbericht ist online erhältlich; der Endbericht wird im Jahr 2013 durch das BfS veröffentlicht werden

Die ungarische Landesgesellschaft Maygar Telekom führte 2012 die mit dem ungarischen Staatlichen Forschungsinstitut für Strahlenbiologie und Strahlenhygiene (OSSKI) gestarteten EMF-Messdatenreihen fort. Um die Emissions- und Immissionswerte der LTE-Technologie zu erkunden, stellte Magyar Telekom dem OSSKI drei LTE-Sendegeräte für sechs Wochen zur Verfügung.

UMWELTFREUNDLICHE NETZ-INFRASTRUKTUR.

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) helfen zunehmend, energie- und ressourcenintensive Produkte und Dienstleistungen durch sparsamere zu ersetzen. Zugleich wachsen jedoch die gespeicherten und transportierten Datenmengen durch immer anspruchsvollere Anwendungen. Laut der von der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) herausgegebenen Studie „SMARTer 2020“ war die ICT-Branche im Jahr 2011 mit 910 Megatonnen CO_2-Äquivalent für rund 2 Prozent der Emissionen weltweit verantwortlich. Im Vergleich zur Vorläufer-Studie „SMART 2020“ zeigt die aktuelle Publikation eine flachere Kurve bei den Emissionssteigerungen und aufgrund des technischen Fortschritts ein erhöhtes Einsparpotenzial der ICT. Die technologischen Errungenschaften wollen wir im Rahmen unseres CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft“ konsequent nutzen, um im Interesse des Klimaschutzes, Netze und Rechenzentren nicht nur leistungsfähiger, sondern auch kontinuierlich energieeffizienter zu gestalten.

Alte, nicht mehr benötigte Technik wird bei der Telekom in Deutschland konsequent abgeschaltet, ersetzt und recycelt. Bei der Neuanschaffung sind wir bestrebt, die energieeffiziente und umweltschonende Technik einzusetzen. Außerdem unterstützen und motivieren wir unsere Kunden mit effizienten ICT-Lösungen, ihrerseits Energie und CO_2 einzusparen.

CODE OF CONDUCT ON ENERGIE CONSUMPTION OF BROADBAND EQUIPMENT.

Die Deutsche Telekom bekennt sich mit ihrer Unterzeichnung des europäischen Code of Conduct on Energie Consumption of Broadband Equipment (CoCBB) zu einer Optimierung des Energiebedarfs in Breitbandnetzen. Sie gewährleistet in Kooperation mit ihren jeweiligen Lieferanten, dass die von ihr neu eingeführte Technik die im CoCBB vorgeschriebenen Maximalwerte nicht überschreitet. Da der Kodex kontinuierlich an neue Technologien und Erkenntnisse angepasst wird, sind hierfür laufend neue Vorgaben zu berücksichtigen. Im Berichtszeitraum haben wir deshalb die neueste, inzwischen vierte Version des CoCBB umgesetzt und in den Umweltvorgaben unserer Einkaufsrichtlinien verankert. Dabei haben wir 2012 entsprechende technische Spezifikationen nicht nur für die Netztechnik, sondern auch für unsere Entertain Boxen eingeführt. Die 2012 am Markt eingeführten Entertain Media Receiver halten die derzeit geltenden Vorgaben des CoCBB zum Energieverbrauch ein. Gegenwärtig bereiten wir uns auf das Inkrafttreten der Version 5 des CoCBB vor.

Im Technikbereich für Festnetz- und Mobilfunk der Telekom in Deutschland führen wir jährliche Abfragen durch, um die Umsetzung des CoCBB in den technischen Spezifikationen zu analysieren. Die Ergebnisse fassen wir in einem jährlichen Bericht zusammen und leiten ihn an die Regulierungsbehörde weiter. Die Vorgehensweise und das Verfahren werden außerdem in Audits überprüft.

ENERGIESPARMODUS AUF DEM WEG ZU GREEN DSL.

Bei der Anwendung des „Code of Conduct on Energie Consumption of Broadband Equipment“ (CoCBB) identifizierte die Telekom Möglichkeiten zur Optimierung des Energiebedarfs ihres ADSL2+-Netzes. Bisher werden alle aktiven Anschlüsse immer im eingeschalteten Zustand, das heißt im „Full Power Mode“ (L0 Mode) betrieben. Indem wir die Anschlüsse künftig bei der Nutzung von Datendiensten mit geringerer Bandbreite auf den „erweiterten Low Power Mode“ (Enhanced L2 Mode) umschalten, können wir deren elektrische Leistung während dieser Zeit deutlich reduzieren. Technische Voraussetzung hierfür ist eine neue Modemgeneration mit optimierter ADSL2+-Funktion. Im Januar 2013 haben wir eine Machbarkeitsstudie zum Enhanced L2 Mode beauftragt, der in einem Feldtest unter realen Bedingungen getestet werden soll. Die Ergebnisse erwarten wir für Mitte 2014.

NETZMODERNISIERUNG.

Energieerzeugung ist nach wie vor Hauptursache für den Klimawandel. Dies macht einen sparsamen, effizienten Umgang mit Energie überall dort, wo viel Energie verbraucht wird wie im Betrieb von ICT-Netzen, für glaubwürdige Klimaschutzanstrengungen so bedeutsam. Energieeffizienz ist deshalb ein wichtiges Ziel der Telekom – nicht nur bei der Planung neuer, sondern auch bei der Optimierung bestehender Netze. Mehr Leistung und weniger Energieverbrauch gehen hierbei Hand in Hand mit Fortschritten in der Reduktion unseres CO_2-Fußabdrucks. Zugleich stellt der Austausch alter gegen neue Systemtechnik die Ingenieure der Telekom vor außergewöhnliche Herausforderungen.

AUSTAUSCH ALTER 2G-NETZTECHNIK.

Im Jahr 2011 startete der größte Austausch (engl. Swap) von Systemtechnik in der Mobilfunk-Geschichte der Deutschen Telekom: Bis zum Oktober 2013 soll die Umrüstung alter 2G/GSM-Technik auf modernste Technik abgeschlossen sein. Dabei sollen in Deutschland insgesamt rund 12 000 Mobilfunk-Standorte umgerüstet und mehr als die Hälfte der alten 2G/GSM-Anlagen ausgetauscht werden. Im Zuge des Austauschprogramms soll außerdem die Zahl der Standorte der Controller (Steuereinheiten) für Basisstationen von 256 auf 13 reduziert werden, wodurch sich der Energieverbrauch drastisch reduzieren lässt.

Bis zum Jahresende 2012 haben wir 7 176 Basisstationen modernisiert und 195 Controller außer Betrieb genommen. Hierbei bewältigten wir vielfältige Herausforderungen von der Umschaltung aller Stationen auf die synchron getakteten Prozesse im Glasfasernetz bis zur Erteilung von Genehmigungen für den Zugang zu den Anlagen oder den Einsatz von Kränen an den Antennenstandorten zum Austausch der Technik.

Eine weitere Herausforderung stellt die mit dem Projekt „Nachrüstung“ beginnende technisch anspruchsvolle und mit hohem Koordinierungsbedarf verbundene Ethernetanbindung der 2G-Standorte dar, die wir als Teilprojekt des Swap im Januar 2013 starteten. Diese soll bei rund 8 000 Standorten erfolgen. Mit der Single-Radio-Access-Network(Single RAN)-Technologie können in einer einzelnen Schalteinheit verschiedene Mobilfunk-Standards betrieben werden, sodass der Bedarf an Hardware und der Energieverbrauch noch einmal gesenkt wird.

Durch diese Maßnahmen wird die Grundlage für eine zukunftssichere Technologieplattform geschaffen, die nicht nur für den LTE-Ausbau geeignet ist, sondern langfristig den gemeinsamen Betrieb aller Mobilfunk-Generationen (2G , 3G und 4G/LTE) mit derselben Hardware ermöglichen wird. Dies soll zukünftige Investitionen reduzieren sowie Betriebskosten mindern und wird nebenbei die 2G-Netztechnik IP-fähig machen.

PROJEKT „BEST POWER“.

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

Im Fokus des Pilotprojekts stehen sowohl die Auswahl von Netzgeräten mit möglichst hohem Wirkungsgrad als auch die Steigerung der Energieeffizienz der Systemtechnik. Mit den zu erwartenden Energieeinsparungen wollen wir sowohl den CO_2-Ausstoß als auch die Betriebskosten senken. Im Jahr 2012 wurden die neuen Netzgeräte fertiggestellt und im Anschluss in unserem Labor getestet und von diesem abgenommen.

Belastbare Ergebnisse werden erst nach einem Feldtest Ende 2013 vorliegen, da ein Teilprojekt von „Best Power“ in Verbindung mit dem Projekt „DESI“ steht.

TASK FORCE „POWER OFF“.

Die von der Telekom Deutschland betriebene Task Force „Power Off“ analysiert, welche nicht mehr benötigten Baugruppen mit vertretbarem Aufwand vom Netz genommen werden können und sorgt für einen systematischen Abbau veralteter Technik. Im Jahr 2012 konnten wir basierend auf den Maßnahmen von „Power Off“ technische Anlagen mit einer Leistung von insgesamt mehr als 4,5 MW außer Betrieb nehmen. Die damit realisierte Energieeinsparung entspricht einer Einsparung von 17.020 Tonnen CO_2 pro Jahr.

Parallel zu „Power Off“ haben wir 2012 das Projekt Retire gestartet. Retire sorgt für einen unterbrechungsfreien Betrieb bei der Umstellung des Netzes von der alten Festnetz-Technik auf das internet-basierte All-IP-Netz. Dabei nutzt das Projekt Möglichkeiten zur Reduktion des Energieverbrauchs durch Abschalten veralteter Anlagen. „Power Off“ wird 2013 in dem Projekt „Retire“ aufgehen. Retire hat bis Ende 2012 bereits zusätzliche Abbaupotenziale in Höhe von 1 MW Leistung realisiert. Für 2013 sind weitere 3,67 MW erreichbar.

Durch den frühzeitigen Abbau nicht mehr benötigter Technik lässt sich der Energieverbrauch deutlich senken. So spart die Telekom durch den Abbau im Jahr 2012 jährlich rund 40 GWh an elektrischer Energie sowie Kosten in Höhe von 11 Millionen Euro für Strom, Klimatisierung und unterbrechungsfreie Energieversorgung ein. Zusätzlich wurden durch die Maßnahme einmalig Investitionsmittel unter anderem im Bereich Klimatisierung und gesicherte Energieversorgung in Höhe von rund 9 Millionen Euro frei. Dies kommt dem beschleunigten Aufbau der neuen Netze zugute.

KLIMATECHNIK & ENERGIEEINSATZ.

Rechenzentren produzieren viel Wärme und müssen gekühlt werden. Etwa 40 Prozent der in Rechenzentren genutzten Energie dienen diesem Zweck. Energieeffiziente Klimatechnik bietet somit ein entsprechend großes Einsparpotenzial zum Beispiel durch verstärkten Einsatz der Freien Kühlung anstelle der viel Strom verbrauchenden Kompressorkühlung. Im Rahmen des CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft“ betreibt die Deutsche Telekom – insbesondere T-Systems – intensive Forschungs- und Entwicklungsarbeit, um die Infrastruktur von Rechenzentren unter ökonomischen wie ökologischen Gesichtspunkten zu optimieren. Partner vieler Projekte ist die Konzerntochter Power and Air Condition Solution Management GmbH (PASM).

PROJEKT „HEAT POWER BUSINESS“.

Im Dezember 2010 startete die Power and Air Condition Solution Management GmbH (PASM) das Innovationsprojekt „Heat Power Business“: Im Rahmen des Projekts betreiben wir an Netzknotenpunkten, die von verschiedenen Parteien genutzt werden, zehn Mini-Blockheizkraftwerke mit Kapazitäten zwischen 4,5 und 50 kW. Die Anlagen lassen sich effizient und umweltfreundlich betreiben. So wird ihre Abwärme zur Gebäudeheizung verwendet. Dies ermöglicht einen Gesamtnutzungsgrad der eingesetzten Primärenergie von über 80 Prozent. Im Jahr 2012 erzeugten diese dezentralen Mini-Blockheizkraftwerke circa 1 500 MWh Strom sowie rund 2 500 MWh Heizwärme. Gegenüber dem im Versorgungsnetz verfügbaren Energiemix ergibt sich damit für 2012 eine CO_2-Reduzierung von rund 200 Tonnen. Um Verbrauchs- und Emissionswerte der verschiedenen Mobilfunk-Anbieter, die unsere Anlagen nutzen, genauer angeben zu können, haben wir im Rahmen des Projekts 2012 alle von diesen genutzten Netzknoten im Hinblick auf die eingesetzte Blockheizkraftwerk-Technik analysiert. Die Ergebnisse der Pilotanlagen nutzen wir für die Planung und den Bau weiterer mehr als zehn Blockheizkraftwerke.

Weitere Energieeffizienzprogramme.

2012 brachte PASM zusätzliche Programme zur Erhöhung der Energieeffizienz im Gebäudemanagement auf den Weg. Dazu gehörten unter anderem Sanierungen ineffizienter Raumlufttechnik von Telekom-Gebäuden. Außerdem errichtete PASM weitere sechs Blockheizkraftwerke mit elektrischen Leistungen zwischen 50 und 250 kW. Um komplexe Neubauvorhaben mit innovativen und energieeffizienten Energielösungen auszustatten, vereinbarte PASM 2012 mit dem Dienstleister STRABAG-PFS im Rahmen einer „integralen Planung“ ein systematisches Energiemanagement. PASM selbst wurde im Mai 2012 vom TÜV nach dem ISO-50001-Standard für Energiemanagementsysteme zertifiziert.

Ziele für das Jahr 2013.

Für 2013 plant PASM eine Vielzahl an Projekten zur Energieoptimierung: In ihrer Kooperation mit dem Dienstleister STRABAG will sie beispielsweise ihre Energiemanagementstrukturen durch neue Verantwortlichkeiten, Einbindung der Service-Abteilungen und verstärktes Innovationsmanagement anpassen und optimieren. Außerdem sollen bestehende Klima-Split-Geräte energetisch weiter optimiert und teils auf Frischluft-Kühlungssysteme umgestellt werden. Klima-Split-Geräte sind Anlagen, die aus mindestens zwei Einheiten, einem Außen- und einem Innengerät bestehen und die Temperaturdifferenz zwischen Innen- und Außenluft nutzen, um Energie zu sparen.

Die PASM plant darüber hinaus die Einführung von Lastmanagementsystemen, um Lastspitzen mit besonders hoher Energienachfrage von Verbrauchern und Wirtschaft abzubauen. Diese Nachfragespitzen belasten die Energieversorgungsnetze und führen im liberalisierten Energiemarkt zu einer Erhöhung der Preise. Unser Ziel ist es daher, im Falle von Lastspitzen weniger teuren Strom abzunehmen, und stattdessen den preiswerten Strom aus den Lasttälern zu nutzen. Hierfür werden neben Technologien zur Steuerung der Energieaufnahme auch leistungsfähige Energiespeicher benötigt. In Zusammenarbeit mit Vattenfall beabsichtigt PASM solche Speicher in Netzen zu virtuellen Regelkraftwerken zusammenzuschließen. So leisten wir einen wichtigen Beitrag zur Stabilisierung künftiger Stromversorgungsnetze und reduzieren unsere Beschaffungskosten.

KOOPERATION MIT DER STRABAG ZUR KENNZAHLENPRÜFUNG.

Seit 2005 nutzt PASM verschiedene Kennzahlen für die Messung und Bewertung der Energieeffizienz an Objekten. 2012 wurden die Kennzahlen mit Unterstützung eines externen Fachbüros und der STRABAG grundlegend analysiert. Die Analysen werden noch über Februar 2013 hinaus fortgesetzt und sollen dazu dienen, das Kennzahlensystem differenzierter zu gestalten. Es wurden alle Telekom-Gebäude in sieben unterschiedliche Gruppen eingeteilt und für diese jeweils Kennzahlen und dazugehörige Prozesse abgestimmt. In der Gruppe „TOP 25 Objekte“ sind beispielsweise alle Objekte mit einem Stromverbrauch von mehr als 10 GWh pro Jahr zusammengefasst. Hier überwachen wir intensiv die Lastspitzen der Objekte, um diesen entgegenwirken zu können. Das von den Partnern erarbeitete Konzept wurde von den Geschäftsführungen der PASM und der STRABAG-PFS zur Umsetzung freigegeben. 2013 sollen die Prozesse vor allem durch die Einbindung von STRABAG Service-Einheiten noch effizienter gestaltet werden.

Als weitere Maßnahme zur Effizienzsteigerung führte PASM 2012 integrale Planungen mit den Energiemanagern und Service-Verantwortlichen sowie Gebäudeeigentümern und Bauherren der Objekte ein. Bei fünf Pilotplanungen konnten auf diese Weise deutliche Verbesserungen erzielt werden. Im Folgenden sollen die Prozesse stabilisiert und verankert werden. Ein ganzheitliches Konzept wird gegenwärtig am Münchner Telekom-Standort Marsplatz erprobt.

PROJEKT „DESI".

Seit Ende 2011 testet PASM gemeinsam mit den Telekom Innovation Laboratories (T-Labs) und der Telekom Deutschland im Rahmen des Projekts „DESI – Durchgängige energiesensible IKT" Lösungen für intelligente Energieversorgungssysteme („Smart Energies") der Zukunft. Ziel des Projekts ist es, lastadaptive Steuerungen zu entwickeln und Konzepte für die Erzeugung und Speicherung von Energie zu pilotieren. Diese sind eine wichtige Voraussetzung für intelligente Stromnetze („Smart Grids"). Erprobt wurden hierzu verschiedene Möglichkeiten zum Management von Lastspitzen und zur Optimierung des Stromeinkaufs.

2012 errichteten die Projektpartner zu Demonstrationszwecken eine Fernwirkstrecke für die Steuerung des Speicherverhaltens einer Anlage zur unterbrechungsfreien Stromversorgung (USV). Gleichzeitig wurden die technischen Grundlagen für ein übergreifendes Steuerungssystem geschaffen. Dieses soll unter Berücksichtigung der aktuell zu verarbeitenden Datenmenge sowohl die Speicherung als auch die Bereitstellung der dafür benötigten elektrischen Energie flexibel steuern. Der Strom wird dabei je nach Verfügbarkeit und Preis entweder aus dem Versorgungsnetz bezogen oder von den eigenen Speichern bereitgestellt. Anschließend begann das Projektteam mit der Entwicklung der hierfür nötigen Steuerungssoftware. Parallel wurden Studien zur hierfür benötigten Hardware weiterentwickelt beziehungsweise fertiggestellt.

PROJEKT „LOLA".

Im Projekt „LOLA" (Load-adaptive Networks & LANs) werden, ebenso wie im Projekt „DESI", Optimierungen im Telekommunikationsnetz behandelt. Bei DESI stehen intelligente Konzepte zur bedarfsorientierten, kosteneffizienten Stromversorgung und -speicherung im Vordergrund. LOLA hingegen fokussiert sich auf Lösungen zum flexiblen, lastadaptiven Einsatz der für den Betrieb der Kunden- und Zugangsnetze genutzten ICT-Ressourcen. Viele heutige ICT-Geräte und Anlagen benötigen unabhängig von der tatsächlichen Nutzung oder Auslastung immer dieselbe elektrische Leistung, solange sie eingeschaltet sind. Im Rahmen des Projekts LOLA wurden sowohl für den Bereich des Betreibernetzes als auch im Netz des Kunden Anwendungsfälle identifiziert und untersucht, in denen der Energieverbrauch der tatsächlichen Nutzung beziehungsweise Auslastung der Geräte angepasst werden kann.

Das Projekt LOLA hatte eine Laufzeit von Oktober 2010 bis Dezember 2012. Die Weiterentwicklung und Pilotierung des LOLA-Grundgedankens des lastadaptiven Netzbetriebs soll im Jahr 2013 auf einer anderen Projektbasis fortgeführt werden.

Im Bereich der Firmen- und Breitbandzugangsnetze konnten 2012 deutliche Einsparpotenziale nachgewiesen werden: Ein gutes Beispiel liefert ein im März 2012 abgeschlossenes Pilotprojekt, in dem die Deutsche Telekom an Steuermechanismen für einen lastadaptiven Betrieb ihrer eigenen Büroarbeitsplätze arbeitete. Hierbei konnte gezeigt werden, dass der Energieverbrauch um bis zu 23 Prozent gesenkt werden kann, wenn die IT-Systeme wie PCs beziehungsweise Notebooks und Telefone nur während der tatsächlichen Arbeitszeit eingeschaltet sind und zudem auch in der Mittagspause automatisch in den Stand-by-Modus versetzt oder sogar komplett ausgeschaltet werden.

2012 wurde außerdem eine Steuerung der ICT-Komponenten in Heimnetzen im Laborversuch aufgebaut und getestet. Die Tests belegten, dass – abhängig vom Nutzungsverhalten und der Art der genutzten Kommunikationsdienste – Energieeinsparungen von 20 bis 25 Prozent möglich sind. Analysen zu bestimmten Segmenten der Betreibernetze weisen sogar Energieeinsparungspotenziale bis zu 30 Prozent aus.

Zugangsnetz.

Für den FTTH-Ausbau mit Glasfaserleitungen bis in die Wohnung der Nutzer setzt die Telekom seit 2009 die GPON (Gigabit-capable Passive Optical Networks)-Technik ein. Dadurch lässt sich das Geschwindigkeitspotenzial der Glasfasertechnologie am besten nutzen: Bis zu 2,5 Gbit/s im Download und bis zu 1 Gbit/s im Upload können mit GPON technisch ermöglicht werden. In Fortführung des „LOLA"-Grundgedankens arbeiten wir an einer Lösung, mit der wir den Energiebedarf der GPON-Technologie durch Standardisierung des Geräts am Ende des Glasfasernetzes beim Kunden reduzieren wollen.

Übergreifende Netzsteuerung.

Die Etablierung einer übergreifenden Netzsteuerung ist ein weiteres Ziel des Projekts „LOLA". So kann hinausgehend über die bisherigen lastadaptiven Steuerungen, wie sie als Insellösungen beispielsweise für DSL- oder GPON-Netze entwickelt wurden, noch einmal deutlich mehr Energie eingespart werden. Hierfür müssen Lösungen entwickelt werden, die auf übergreifender Netzebene zugleich einen lastadaptiven Betrieb und eine hohe Qualität der entsprechenden Datendienste gewährleisten. Seit 2010 arbeitet die Telekom mit Systemtechnikherstellern kontinuierlich an der technischen Realisierung und der internationalen Standardisierung der lastadaptiven, netzübergreifenden Systeme, um so allgemeinverfügbare, energieeffiziente Weltmarktprodukte zu erhalten.

„COMGREEN“: LASTADAPTIVE OPTIMIERUNG VON FUNKZUGANGSNETZEN.

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

Mit dem Projekt „ComGreen“ will die Telekom die Leistung der Funknetze an den jeweiligen Bedarf anpassen. Jeder Nutzer von Telekommunikationsnetzen soll künftig an jedem Ort mit der tatsächlich benötigten, statt wie bisher mit der maximalen Übertragungskapazität versorgt werden. Um dies zu erreichen, wird im Projekt ein Modell für die selbst organisierte Anpassung von Netzparametern wie die Datenrate oder Sendeleistung entwickelt. Es berücksichtigt hierbei flexibel die Zahl der angemeldeten Nutzer und deren aktuellen Kapazitätsbedarf sowie weitere Daten und ermöglicht, verfügbare Netzressourcen dementsprechend lastabhängig zu- und abzuschalten.

Erste, 2012 präsentierte Ergebnisse aus dem Projekt zeigen, dass eine lastadaptive, lernfähige Netzsteuerung im Zugangsnetz bei Energieverbrauch und CO_2-Emissionen Einsparpotenziale von bis zu 30 Prozent eröffnet. Im Anschluss an diese Analyse sollen in dem Projekt Entwürfe für Standards zur lastadaptiven Steuerung entwickelt und internationalen Standardisierungsgremien vorgelegt werden. Ziel ist es, die erarbeiteten Konzepte und Mechanismen mittelfristig über die Systemtechnikhersteller in die operativen Netzknoten integrieren zu können. 2012 wurde in Vorbereitung einer Machbarkeitsstudie mit der Implementierung ausgewählter Mechanismen begonnen.

NATIONALES PROGRAMM FÜR WASSERSTOFF- UND BRENNSTOFFZELLENTECHNOLOGIE.

Im Festnetz-Bereich betreiben wir bereits fünf Brennstoffzellensysteme. Diese wurden im Zuge des Nationalen Innovationsprogramms Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie der Bundesregierung auf ihre Tauglichkeit hin getestet. Besonderes Augenmerk legten wir dabei neben dem Einsatz als Back-up-System auf die zusätzliche Nutzung der Systeme für das Spitzenlastmanagement und ihre Einbindung in ein virtuelles Regelkraftwerk. An allen fünf Pilotstandorten konnte die Praxistauglichkeit der Systeme nachgewiesen werden.

2012 wurde das Programm seitens PASM mit einem Workshop abgeschlossen. Zu den Ergebnissen gehört die Feststellung, dass sich die Technologie an Standorten mit Reservezeiten über 24 Stunden wirtschaftlich einsetzen lässt. PASM beteiligt sich weiterhin im Clean Power Net (CPN) mit Herstellern und Anwendern von Brennstoffzellentechnologien unter Federführung der Nationalen Organisation Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologie (NOW), um unsere Erfahrungen mit den Systemen allen Marktpartnern zugänglich zu machen.

UMWELTFREUNDLICHE RECHENZENTREN.

Energieeffizienz ist der wichtigste Hebel, um die CO_2-Bilanz von Rechenzentren wirksam zu verbessern. Im Rahmen ihres CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft“ verfolgt die Telekom für die Steigerung der Energieeffizienz ihrer Rechenzentren einen integrierten Ansatz. Er umfasst alle Aspekte von der Kühlung über die Energieversorgung bis zur optimierten Auslastung der Hardware-Kapazitäten.

DATA CENTER 2020.

Im Rahmen der Kooperation mit Intel betreibt T-Systems seit September 2009 das Testrechenzentrum DataCenter 2020 im Münchener Euro-Industriepark. Hier werden Lösungen erprobt, um Rechenzentren auch zugunsten von Umwelt und Klima effizienter und wirtschaftlicher zu betreiben.

Optimierung der Kältetechnik.

Zu Phase eins des Kooperationsprojekts gehörten Untersuchungen zweier verschiedener baulicher Maßnahmen zur effizienten Kühlung von Rechenzentren, der Kaltgang- und der Warmgangeinhausung. Bei der einen Variante werden die kalten bei der anderen die warmen Bereiche vom Rest der Räume separiert, sodass sich die Luftströme nicht vermischen können. Seit 2011 verwendet die Telekom in Deutschland zur Kühlung ihrer All-IP-Plattform das Verfahren der Kaltgangeinhausung.

Um die Kühlung in Zukunft noch energieeffizienter gestalten zu können, wurden im Jahr 2012 auf der Ebene ganzer Rechenzentren Tests durchgeführt, in denen wir beide möglichen Betriebsarten verglichen und nach Optimierungsmöglichkeiten suchten. Dabei wurde deutlich, dass beide Verfahren gleichermaßen effizient sind. Unter anderen Gesichtspunkten zeigten die Verfahren aber unterschiedliche Vor- und Nachteile. Daher hängt die Wahl zwischen Kalt- und Warmgangeinhausung von den jeweiligen Anforderungen und den operativen Betriebsbedingungen eines Rechenzentrums ab. So bietet die Kaltgangeinhausung den Vorteil, dass sie ohne größeren Umbau des Serverraums möglich ist. Nachteilig ist jedoch, dass die Mitarbeiter einen circa 45 Grad Celsius warmen Raum betreten müssen. Dies ist bei der Warmgangeinhausung nicht gegeben, da die Warmgangeinhausung Wärme-„Hotspots“ beseitigt, ohne den übrigen Raum mit Wärme zu belasten. Bei der Einführung der Betriebsarten in weiteren Rechenzentren berücksichtigen wir diese Gesichtspunkte entsprechend.

Erhöhung der Energieeffizienz der Hardware.

Anfang 2012 startete parallel zur Optimierung der Kältetechnik eine zweite Projektphase. Hierbei untersuchten die Partner Möglichkeiten zur Erhöhung der Energieeffizienz der IT-Hardware. Sie stellten Hochrechnungen an, um zu erfahren, wie viel Rechenleistung pro Flächeneinheit künftig mit neuer Prozessortechnik erreicht werden kann. Außerdem wurde der Energiebedarf kommender Prozessorgenerationen prognostiziert. Beide Vorhersagen werden von T-Systems unter anderem bei der Planung künftiger Um- und Neubauten von Rechenzentren genutzt.

Als weiteren Schwerpunkt untersuchten die Projektpartner, wie sich durch veränderte Einstellungen im Basisbetriebssystem (BIOS) der Server Energie einsparen lässt. Insbesondere konnten durch diese Optimierung beim Projektbetrieb im DataCenter2020 signifikante Einsparpotenziale realisiert werden. Diese Erkenntnisse werden seither mit den Serverherstellern diskutiert und in der Produktion umgesetzt.

Umsetzung von Projektergebnissen in der Praxis.

Die Erfahrungen aus dem DataCenter 2020 nutzt T-Systems im Rahmen des Projekts „Roll-Out DC2020“, um den Betrieb und Unterhalt der bestehenden Rechenzentren zu optimieren. Eine Pionierrolle spielt hierbei das größte Rechenzentrum der T-Systems im Euro-Industriepark (EIP) in München. Die Startphase, für die T-Systems rund 1,5 Millionen Euro bereitstellt, begann im September 2012 und soll voraussichtlich im März 2013 abgeschlossen sein.

T-Systems nutzt die Erkenntnisse aus dem DataCenter 2020 außerdem für die Planung und Errichtung neuer Rechenzentren wie zum Beispiel in Magdeburg/Biere in Sachsen-Anhalt.

Projektthemen für 2013.

Für 2013 haben die Projektteilnehmer weitere Arbeitsfelder definiert. So sollen unter anderem neue Möglichkeiten zur Energie- beziehungsweise Kälteversorgung der Rechenzentren getestet werden. Ein wichtiges Zukunftsthema wird hierbei die Kälteversorgung für flüssigkeitsgekühlte Server und Prozessoren darstellen.

Mit dem DataCenter 2020 stellt sich T-Systems auf schnell weiter steigende Leistungsanforderungen an ICT-Systeme vor allem im Bereich der Prozesssicherheit ein. Großes Zukunftspotenzial hat beispielsweise die Sicherung der für ICT-Dienste grundlegenden Infrastruktur, insbesondere Netze, Server und Speicher gegen Ausfallrisiken. T-Systems setzt hierbei unter anderem auf eine stetige Standardisierung der Systemumgebungen.

PROJEKT „DATACENTER OPTIMIERUNG“.

Zur Optimierung der Infrastruktur unserer Rechenzentren in Deutschland starteten wir 2011 in Zusammenarbeit mit der PASM das Projekt „Datacenter Optimierung“. Bis zum Abschluss des Projekts Ende 2012 wurden an 15 Pilotstandorten jeweils rund 16 Maßnahmen zur Reduk-

tion des Energieverbrauchs umgesetzt und im Ergebnis Handlungsempfehlungen für die Bestandsrechenzentren erarbeitet. Die im Rahmen des Projekts umgesetzten Einzelmaßnahmen werden auch weiterhin fortgeführt.

Zum Abschluss des Projekts „Datacenter Optimierung“ wurde die technische Umsetzbarkeit an drei Projektstandorten evaluiert. Hierbei konnte gezeigt werden, dass sich die Kennzahl für Energieeffizienz, der PUE, in der Summe der Rechenzentren verbessert.

Im Anschluss an das Projekt sollen ab 2013 energetisch nicht mehr verbesserbare Rechenzentren sukzessive geschlossen und deren IT-Last an energetisch optimierten Standorten weiter betrieben werden.

TEILNAHME AM „EUROPEAN CODE OF CONDUCT ON DATA CENTRES“.

T-Systems beteiligt sich an einer Initiative der EU-Kommission mit dem Ziel, den Energieverbrauch von Rechenzentren auf kosteneffiziente Weise zu senken und Best Practice unter den Betreibern auszutauschen. Im Fokus der Initiative steht der sogenannte European Code of Conduct on Data Centres. Die Kommission gab den Kodex Ende 2008 als Antwort auf den stetig steigenden Energiebedarf von Rechenzentren heraus. Unternehmen haben die Möglichkeit, als Unterstützer oder, falls sie selbst Rechenzentrumsbetreiber sind, als „Teilnehmer“ Mitglied des Kodex zu werden. Für eine Teilnahme muss ein Unternehmen umfassend über die von ihm betriebenen Server berichten und sich auf bestimmte nachhaltige Grundsätze verpflichten. Ende März 2013 haben neun Rechenzentren von T-Systems erfolgreich einen Beitrittsantrag gestellt. Die Anträge zweier weiterer Rechenzentren befanden sich zu diesem Zeitpunkt noch in Bearbeitung.

KUNDEN.

Mit innovativen umwelt- und klimafreundlichen ICT-Lösungen wollen wir den Wandel hin zu einer digitalen Gesellschaft positiv mitgestalten. Mit dem Ziel, Marktführer im Bereich „Vernetztes Leben und Arbeiten“ zu werden, stellen wir eine langfristige Kundenbeziehung konsequent in den Mittelpunkt unserer Arbeit. Wir bieten unseren Kunden attraktive Produkte und Dienste, die ihren Bedürfnissen entsprechen und ihnen einen nachhaltigen, ressourcenschonenden Konsum ermöglichen. Einen wichtigen Fortschritt stellt dabei unser Angebot des Cloud Computing für Privatkunden dar.

GRUNDLAGEN FÜR PRODUKT-ENTWICKLUNG & PRODUKTDESIGN.

Bewusste Konsumentscheidungen können maßgeblich zum Schutz von Klima und Umwelt beitragen. So sind beispielsweise nach Angaben des Umweltbundesamts die Privathaushalte in Deutschland für rund 40 Prozent der Treibhausgasemissionen verantwortlich. Die Telekom will mit einer entsprechenden Gestaltung ihres Produktportfolios den nachhaltigen Konsum für ihre Kunden im Rahmen ihres CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft“ erleichtern.

PROGRAMM „NACHHALTIGES PRODUKTPORTFOLIO“ ERFOLGREICH ABGESCHLOSSEN.

Wir wollen unseren Kunden mit attraktiven, ethisch und ökologisch hochwertigen Produkten einen nachhaltigen Lebensstil ermöglichen. Zugleich wollen wir die Kundenzufriedenheit erhöhen und die gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen unserer Produkte minimieren. Unser Ende 2012 erfolgreich abgeschlossenes Programm „Nachhaltiges Produktportfolio“ unterstützte dieses Ziel.

Im Berichtszeitraum erzielten wir im Rahmen des Programms folgende Fortschritte:

- Die Definition der Nachhaltigkeitseigenschaften von Produkten ist abgeschlossen.
- Ein Prozess für die Bewertung und kritische Überprüfung von Produkten hinsichtlich Nachhaltigkeitskriterien wurde entwickelt.
- Die Indikatoren „Sustainable Product Performance Indicator” und „Sustainable User Experience Indicator” wurden definiert.
- Im Rahmen der 2011 aufgesetzten neuen Verpackungsrichtlinie der Telekom wurde ein Kennzeichnungssystem für nachhaltige Produkteigenschaften entwickelt, geprüft und zur Implementierungsreife gebracht.

RICHTLINIEN FÜR NACHHALTIGES PRODUKTDESIGN.

In Übereinstimmung mit der Konzernstrategie gelten für die Produktentwicklung bei der Telekom seit Ende 2009 die verbindlichen „Design Principles der Deutschen Telekom“. Das erste Prinzip „Handle verantwortungsvoll. Denke global.“ wurde aus der CR-Strategie abgeleitet. Im Jahr 2012 verankerte die Telekom Nachhaltigkeitsanforderungen in den Design Principles; diese sind nun fester Bestandteil aller produktdesignbezogenen Ausschreibungen. Ein Beispiel war die Festschreibung ökologischer Kriterien im Produktdesign der neuen Entertain-Boxen. Durch entsprechende Forderungen an unsere Lieferanten liegt der Schadstoffgehalt der Materialien unter den gesetzlich geforderten Grenzwerten: Es werden ausschließlich möglichst nachhaltige Kunststoffe und schadstoffarme Lacke verwendet. Ab 2013 sollen weitere Nachhaltigkeitsstandards im Bereich Produktinnovation verankert werden.

EINSPARUNGEN BEI ENDGERÄTEVERPACKUNGEN REALISIERT.

Nach der Überarbeitung unserer Richtlinie für Endgeräteverpackungen im Jahr 2011 haben wir 2012 die Implementierung verschiedener Projekte vorbereitet, mit denen wir deutliche Ressourceneinsparungen erzielen wollen. Ein Beispiel ist das Projekt „International SIM Packaging“, mit dem wir voraussichtlich Material und Kosten in Millionenhöhe einsparen können. Außerdem stellten wir im Rahmen des Projekts „Bio Bags“ das Material der „Telekom Shop“-Tüten auf umweltfreundliches Polyethylen um, das zu 80 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen (Zuckerrohr) besteht. Das neue Material schont das Klima, da es mit deutlich geringerem CO_2-Ausstoß als die bisher verwendeten Papiertüten produziert werden kann. Darüber hinaus planen wir im Jahr 2013 eine Mini-Tüte für kleinere Produkte einzuführen.

Im Juni 2013 werden wir die Verpackungsrichtlinie erneut überarbeiten und weitere Verbesserungen in Bezug auf Materialeigenschaften und -verbrauch sowie bezüglich der verwendeten Druckfarben umsetzen. Außerdem wollen wir die Kunststoffanteile des aktuellen Media Receivers MR 303 auf Recyclingmaterialien umstellen.

MAGYAR TELEKOM: RECYCLING VON VERPACKUNGEN IN GESCHÄFTEN UND ONLINE-SHOPS.

Magyar Telekom now uses recycled packaging materials for all deliveries of products ordered online and replaced plastic bags with recycled paper bags for products sold in its T-Shops, where up to 800,000 bags per year were given to customers in T-Shops in the past. Both moves significantly reduce the impact of the waste generated on the environment.

NACHHALTIGE KUNDENDIENSTE.

Die Deutsche Telekom unterstützt ihre Kunden dabei, natürliche Ressourcen zu schonen und zugleich Kosten zu reduzieren – beispielsweise durch die Umstellung von Papierpost auf E-Mails oder die Virtualisierung von Konferenzen mithilfe von TelePresence-Systemen, die Dienstreisen unnötig machen.

Bei T-Systems, der Großkundensparte der Telekom, zählen die Themen Nachhaltigkeit und Unternehmensverantwortung zu einem von fünf Core Beliefs – strategische Leitthemen, die T-Systems 2010 aus gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Mega-Trends abgeleitet hat. Dementsprechend bietet das Unternehmen beispielsweise eine Reihe innovativer ICT-Lösungen für das Gesundheitswesen an. Weitere Beispiele sind eine Telematikanwendung für Logistikdienstleister und Flottenbetreiber sowie der De-Mail-Service.

KUNDENFORUM „TELEKOM EXPERTENKREIS 50+“.

Mit kritischem Blick bewertet der „Telekom Expertenkreis 50+“ auch im Jahr 2012 Produkte, die wir für die Zielgruppe der über 50-Jährigen entwickelt haben. In Kooperation mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen (BAGSO) führten die Experten verschiedene Produkttests zur Akzeptanz und der Verständlichkeit der Nutzerführung für das Produkt Entertain Premium sowie für den Prototyp des Nachfolgemodells für das Telefon Sinus A 201 durch. Dieses soll die Vorteile eines Digitaltelefons mit einer möglichst einfachen Bedienerführung verbinden. Der Expertenkreis hilft uns, den Service für ältere Menschen zu verbessern.

KLIMA- UND UMWELTFREUNDLICHE PRODUKTE & DIENSTE.

Mit einem wachsenden Angebot an nachhaltigen Produkten und innovativen ICT-Lösungen unterstützt die Deutsche Telekom im Rahmen ihres CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft“ Millionen von Privat- und Geschäftskunden dabei, ihren Energieverbrauch zu senken und CO_2-Emissionen zu vermeiden. Sie forscht an innovativen Lösungen für die Branchen Energie, Automobile und Gesundheit. Gleichzeitig arbeitet sie daran, die Transparenz über den CO_2-Verbrauch im gesamten Lebenszyklus von ICT-Produkten auch für ihre Kunden zu erhöhen. In Kooperation mit Partnern aus der Industrie sowie mit NGOs treiben wir die Entwicklung einer Berechnungsmethodik für den CO_2-Fußabdruck von ICT-Produkten und -Diensten voran.

PLATTFORM KLIMAVERTRÄGLICHER KONSUM.

Die mit Beteiligung der Telekom im Jahr 2011 gestartete Online-Plattform „Klimaverträglicher Konsum Deutschland“ bietet branchenübergreifend nationalen wie internationalen Unternehmen und Akteuren umfassende Informationen und Empfehlungen zur Emissionsreduktion entlang der Wertschöpfungskette. Sie ist als Dialogplattform konzipiert. Im Berichtszeitraum lag ein Schwerpunkt der Aktivitäten auf der Entwicklung von Berechnungsmethoden, mit deren Hilfe der Einsatz von Grünstrom bei der Nutzung von ICT-Produkten und -Diensten in die CO_2-Bilanz einbezogen werden kann. Dies würde das Ergebnis der CO_2-Bilanz positiv beeinflussen. Die Deutsche Telekom nahm dazu unter anderem am Dialogforum „Grünstrom-Bilanzierung im Carbon und Environmental Footprinting“ teil.

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Konsolidierung der Erkenntnisse zu den kritischen HotSpots verschiedener Produktkategorien, die aus den Product-Carbon-Footprinting (PCF)-Analysen gewonnen wurden. Das Wissen um solche HotSpots könnte dann auch jenseits aufwendiger PCF-Analysen in Einkaufs- und andere Entscheidungen mit einfließen.

Für das Jahr 2013 sind insbesondere Aktivitäten im Zusammenhang mit der neuen EU-Richtlinie zur Berechnung des Product Environmental Footprint (Umwelt-Fußabdruck von Produkten) und zur Entwicklung beziehungsweise Überprüfung der Product Category Rules für die ICT-Branche geplant. Hierbei geht es um die Entwicklung von Methoden zur CO_2-Einsparung auf Grundlage der eigenen Erfahrungen, um auch andere Branchen und Wirtschaftssektoren bei der Vermeidung von CO_2 zu unterstützen.

PRODUCT-CARBON-FOOTPRINT-BERECHNUNG FÜR ENTERTAIN ABGESCHLOSSEN.

2012 schloss die Telekom im Rahmen des Projekts „Product Carbon Footprint “ die im Vorjahr begonnene exemplarische Berechnung des CO_2-Fußabdrucks für das Triple-Play-Angebot Entertain ab. Hierbei wurden insbesondere die Standards Ökobilanz ISO 14040/44, Greenhouse Gas Protocol und Richtlinien der International Telecommunication Union (ITU) berücksichtigt. Bezogen auf den Dienst und die dazugehörigen Komponenten verursacht Entertain im Jahr rund 550 Kilogramm CO_2-Emissionen. Dieser Wert schließt auch die durchschnittlichen Emissionen aus dem Betrieb des Fernsehers beim Kunden ein, auf den wir nicht direkt einwirken können, der jedoch einen überproportional hohen Anteil am CO_2-Fußabdruck von Entertain hat. Um in unserem Verantwortungsbereich die Emissionen zu senken, entwickelten wir eine neue Generation des Entertain Media Receivers. Das Gerät ist ab 2013 verfügbar und unterstützt den Power Down Modus, der den Energieverbrauch der Geräte drastisch reduziert. Zusätzlich unterbietet es die gesetzlich maximal zulässigen Energieverbrauchswerte im Stand-by-Modus um 10 bis 20 Prozent. Selbstverständlich werden auch die Energievorgaben des Code of Conduct on Energie Consumption of Broadband Equipment eingehalten.

Ende 2012 haben wir eine interne Arbeitsanweisung zur produktbezogenen Emissionskalkulation fertiggestellt. Sie gibt Orientierung bei verschiedenen Fragestellungen, wie der Zuordnung der Emissionen aus dem Telekommunikationsnetz zu den verschiedenen Diensten, und dient unter anderem als Basis für die Berechnung des Product Carbon Footprint (PCF). Unser Ziel ist es, interne Kompetenz für eine umfassende Nachhaltigkeitsbewertung unseres Produktportfolios aufzubauen. Damit folgt die Telekom aktuellen Tendenzen in der europäischen Regulierung, die ebenfalls in Richtung eines umfassenderen Reportings der Umweltwirkungen von Produkten und Diensten gehen. Als Basis kann hier beispielsweise ein von der Telekom entwickeltes innovatives Modell zum Management der Nachhaltigkeit von Telekom-Produkten und -Diensten dienen. Anhand verschiedener Kriterien bewertet es die Nachhaltigkeit von ICT-Produkten und -Diensten und identifiziert gleichzeitig die Treiber für Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsbereitschaft. Produktentwicklung, Einkauf, Marketing und Vertrieb erhalten so alle nötigen Informationen für eine nachhaltigere Produktgestaltung und eine darauf abgestimmte Vermarktung der nachhaltigen Qualitätsmerkmale. Im Jahr 2013 werden wir die interne Arbeitsanweisung erstmals anwenden und eine Emissionskalkulation für ein Produkt einer Landesgesellschaft durchführen.

CO_2-BILANZ IN DER NETZINFRASTRUKTUR VERBESSERT.

In den Telekom Innovation Laboratories (T-Labs), dem zentralen Forschungs- und Entwicklungsinstitut der Deutschen Telekom, arbeiten wir kontinuierlich daran, die CO_2-Emissionen im gesamten Lebenszyklus der Netzinfrastruktur zu verringern. Dazu gehört auch die Realisierung von Einsparpotenzialen in der Infrastruktur beim Kunden. Um beispielsweise den Betrieb der DSL-Router energieeffizient und CO_2-arm zu gestalten, entwickeln wir einen lastadaptiven Betriebsmodus, den

„Load-adaptive Mode“. Im Jahr 2012 wurden zu diesem Themenkomplex Pilotprojekte abgeschlossen. Die daraus gewonnenen Erkenntnisse werden als Basis für Machbarkeitsuntersuchungen genutzt, die wir bis 2013 zum Abschluss bringen wollen. Anschließend soll der lastadaptive Betriebsmodus standardisiert werden.

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

PAPIERLOSE DOKUMENTENSERVICES.

Durch den Umstieg auf Online-Telefonrechnungen lassen sich maßgeblich CO_2-Emissionen einsparen – sowohl bei der Papierherstellung als auch bei den Transportwegen im Versand. Die Telekom bietet ihren Kunden diesen Service daher bereits seit 2008 an und hat ihn bei den meisten Neuverträgen zur Standardoption gemacht. Die Zahl der Nutzer steigt kontinuierlich: Ende 2012 wurden monatlich rund 16 Millionen Kundenrechnungen der Telekom Deutschland in Dateiform übermittelt – und damit erstmals mehr als 50 Prozent aller Rechnungen. Mit dem Kundencenter Mobilfunk bietet die Deutsche Telekom ihren Mobilfunk-Kunden zudem seit Anfang 2013 eine neue Online-Plattform an, über die alle Vertrags- und Rechnungsfragen übersichtlich online verwaltet werden können. Sie bietet beispielsweise auch die Möglichkeit, Mobilfunk-Rechnungen tagesaktuell einzusehen oder Änderungen in den persönlichen Rechnungsdaten online zu aktualisieren.

Rechnung Online in der EJR Mazedonien, Montenegro und Polen immer beliebter.
Einige Landesgesellschaften der Deutschen Telekom konnten ihren Papierverbrauch im Berichtszeitraum durch die verstärkte Nutzung von Online-Rechnungen senken.

- So hat sich im Berichtszeitraum bei Makedonski Telekom die Anzahl der Kunden, die auf Papierrechnungen verzichteten, im Vergleich zum vorangegangenen Jahr verdoppelt.

- Auch bei Crnogorski Telekom entschieden sich im Jahr 2012 immer mehr Kunden für die elektronische Rechnung. Die Zahl der Geschäftskunden, die RechnungOnline nutzen, stieg von 11 auf 16 Prozent, die der Privatkunden von 20 auf 30 Prozent.

PTC setzte ihre Kampagne für RechnungOnline fort und beteiligt sich außerdem an einer Initiative des polnischen Verbands der privaten Unternehmer zur Förderung der elektronischen Abrechnung durch Gesetzesänderungen und eine Sensibilisierung der Öffentlichkeit.

Digitaler Workflow dank Managed Document Services.
Mit den Managed Document Services können T-Systems-Kunden Arbeitsabläufe vollständig oder in Teilen in einen digitalen Workflow überführen und ihren Papier- und Energieverbrauch auf diese Weise signifikant senken. T-Systems übernimmt mit diesem Dienst den gesamten Dokumentenprozess seiner Kunden – von der Digitalisierung über die revisionssichere Archivierung bis zum Versand von Dokumenten per E-Mail, als Brief oder als Webpage für das Internet. Für die revisionssichere Archivierung setzen Managed Document Services auf die qualifizierte elektronische Signatur und erfüllen gesetzliche Vorgaben, unter anderem die Grundsätze zum Datenzugriff und zur Prüfbarkeit digitaler Unterlagen (GDPdU) des Bundesfinanzministeriums.

Als Archivierungslösung sind SAP, verschiedene Dokumentenmanagementsysteme, Rechnungsarchive oder digitale Personalakten im Einsatz.

DE-MAIL HILFT BIS ZU 50 000 TONNEN CO_2 PRO JAHR ZU SPAREN.

Unseren sicheren elektronischen Briefdienst De-Mail können unsere Privat- und Firmenkunden seit September nutzen. De-Mail kombiniert die Vorteile des Internets mit denen schriftlicher Kommunikation: De-Mail ist so schnell und komfortabel wie E-Mail und so sicher und verbindlich wie ein Brief. Mit De-Mail können Firmen einen großen Teil ihrer Briefkommunikation in die digitale Welt überführen und private Nutzer auf persönliche Termine und Unterschrift verzichten. Schon vor dem Start der De-Mail hatten sich weit mehr als eine Million Menschen eine De-Mail-Adresse reserviert. Inzwischen sind bereits viele namhafte Unternehmen aus der Versicherungs- und den Finanzdienstleistungsbranchen angemeldet.

Im Rahmen einer Fallstudie wurde die Umweltwirkung von De-Mail analysiert und das CO_2-Einsparpotential des Dienstes berechnet. Insgesamt hat De-Mail ein hohes CO_2 Einsparpotential von bis zu 50 000 Tonnen pro Jahr. Um den Kunden während der Anlaufzeit des Dienstes eine noch bessere Klimabilanz zu bieten, wurden die durch den Betrieb der Plattform verursachten CO_2 Emissionen in Höhe von 8 559 Tonnen durch CO_2-Minderungsprojekte für die Jahre 2012 und 2013 klimaneutral gestellt. Unsere Kunden profitieren von dieser Vorgehensweise, weil sich die gegenüber dem Briefversand ohnehin gute Klimabilanz des Dienstes durch diese Kompensation noch einmal deutlich verbessert.

CLOUD COMPUTING.

Cloud-Dienste werden immer wichtiger und sind damit für uns ein zukunftsträchtiger Markt. Wir haben es uns zum Ziel gesetzt, all unseren Kunden permanenten Zugriff auf Daten und Services zu ermöglichen – unabhängig von Zeit, Ort und Gerät, mit dem gesamten Leistungsspektrum und bei höchstmöglicher Sicherheit.

Bereits seit 2005 bietet unsere Großkundensparte T-Systems dynamische SAP-Leistungen an. Seitdem wuchs das Portfolio schrittweise über die Applikationsmigration und Datenintegration bis hin zu komplexen Cloud-Services mit höchsten Sicherheitsanforderungen. T-Systems betreibt eine Vielzahl von Services und kundenspezifischen Cloud-Lösungen innerhalb der Hosting-Umgebung von 90 Rechenzentren weltweit mit mehr als 60 000 Servern. 2,6 Millionen SAP-Kunden nutzen unsere Cloud-Dienste. Im vergangenen Jahr konnten wir eine weitere Reihe von Großaufträgen gewinnen, etwa BP und Georg Fischer AG. Um unseren Kunden einen noch einfacheren und schnelleren Zugang zu Cloud-Diensten zu ermöglichen, ging T-Systems zudem eine strategische Partnerschaft mit VMware ein, dem weltweit führende Anbieter von Virtualisierungs- und Cloud-Lösungen.

Wir bieten auch Cloud-Services an, die in erster Linie zugeschnitten sind auf die Bedürfnisse unserer 2,2 Millionen kleinen und mittelständischen Geschäftskunden in Deutschland, so zum Beispiel virtuelle Server, Sicherheits- und Anwendungsprogramme. Dieses Jahr startete der Online-Marktplatz „Business Marketplace“, auf dem Firmen flexible und kostengünstige Businessanwendungen buchen können.

Unsere Privatkunden sind längst in der Cloud unterwegs. Mit dem Mediencenter und MyPhonebook können sie eigene Dokumente, Fotos, Videos, Musik und Kontaktdaten in der Cloud speichern und dann von überall und jederzeit auf diese Dateien zugreifen. Das funktioniert mit jedem internet-fähigen Endgerät, sei es Smartphone , Tablet-PC, Computer oder Fernseher. Der TÜV bestätigt: Der Online-Speicher ist sicher, ebenso wie die Kundendaten – vor allem, weil sich die Server in Deutschland befinden. Bis heute sind 6,2 Millionen Kunden beim Telekom Mediencenter angemeldet.

Cloud-basierte Videokonferenz für Geschäftskunden.
Videokonferenzen können Geschäftsreisen ersetzen und bergen damit ein erhebliches CO_2-Einsparpotenzial. Die Telekom hat daher im Jahr 2012 das Spektrum ihrer Videokonferenzdienste um eine Cloud-Anwendung erweitert: iMeet ermöglicht webbasierte Telefon- und Videokonferenzen mit bis zu 15 Teilnehmern in einem persönlichen Online-Meetingraum. Auch die Darstellung und gemeinsame Bearbeitung von Dokumenten ist möglich.

STEIGERUNG DER ENERGIEEFFIZIENZ UND KOMPENSATION VON CO_2-EMISSIONEN.

Im März 2013 brachte die Telekom Deutschland mit der neuen Sinus-Serie die erste und bislang einzige Generation von Schnurlostelefonen mit dem Umweltzeichen „Blauer Engel“ auf den Markt. Diese DECT-Telefone entsprechen höchsten Umweltstandards – sie sind besonders energiesparend und strahlungsarm. Erstmals können unsere Kunden die Reichweite der DECT-Telefone selbst einstellen. Langfristig verfügbare Ersatzteile sowie austauschbare Akkus ermöglichen eine lange Nutzungsdauer. Um die ökologischen Produkteigenschaften der ersten Sinus-Geräte mit dem „Blauen Engel“ für Verbraucher transparenter zu machen, wurde eigens die Internet-Seite www.telekom.de/der-blaue-engel eingerichtet.

Klimaneutralstellung von Download-Portalen.
Die Klimaneutralstellung durch CO_2-Kompensation verbessert die CO_2-Bilanz unserer Produkte und Dienste. So stellt die Telekom ihre Download-Portale am Ende jeden Jahres klimaneutral. Ende 2012 glich sie 592 Tonnen CO_2 durch Investitionen in hochwertige Klimaschutzprojekte aus. Ein Beispiel ist die Investition in ein Projekt zur Installation von Biogasanlagen bei Familien im ländlichen Südindien. Über die Minderung von Treibhausgasemissionen hinaus trägt das Projekt auf vielfache Weise zur Entwicklung vor Ort bei. Das Projekt entspricht dem international gültigen und kontrollierbaren WWF Gold Standard. Berechnungen zufolge werden die Load-Angebote der Telekom – Gamesload, Musicload, Videoload und PagePlace – bis Ende 2013 zusammen voraussichtlich rund 670 Tonnen CO_2 erzeugen.

Professionelles Endgerätemanagement im Mietservice.
Der zunehmend genutzte Mietservice für Endgeräte trägt zur Vermeidung von elektronischem Abfall und der Wiedergewinnung von Rohstoffen bei und damit indirekt zu einer Verbesserung der CO_2-Bilanz. Nach Ablauf der Mietfrist werden die Geräte entweder aufbereitet und dadurch länger genutzt oder fachgerecht recycelt. Bis Ende 2012 ist die Anzahl der Nutzer des Mietservice auf rund 5,5 Millionen angestiegen.

Telekom und TÜV Rheinland bieten Energiemanagement an.
Mit einem gemeinsamen Komplettpaket unterstützen die Deutsche Telekom und der TÜV Rheinland seit Januar 2013 Unternehmen beim Energiesparen. So erfasst die Telekom sämtliche Verbrauchswerte der Gebäudetechnik und überwacht kontinuierlich die Auslastung und den Energieverbrauch der IT-Anlagen. Darüber hinaus steuert das Energieeffizienzmanagement der Telekom größere Verbraucher wie Heizungs-, Lüftungs- oder Klimaanlagen. Aus den gelieferten Daten entwickelt der TÜV Rheinland Energiesparmaßnahmen und hilft den Unternehmen, ein zertifizierungsfähiges Energiemanagement aufzubauen. Auf diese

Weise können Unternehmen bei der Gebäudetechnik bis zu 15 Prozent und bei der IT-Infrastruktur sogar bis zu 60 Prozent des Energieverbrauchs einsparen.

KLIMANEUTRALER VERSAND ÜBER GOGREEN.

Bereits seit 2008 verschicken wir in Deutschland alle Standardpakete über GoGreen, das klimaneutrale Versandangebot der Deutschen Post. Allein durch den Versand der Pakete vom T-Online Shop wurden im Jahr 2012 insgesamt rund 78 Tonnen CO_2 vermieden. Der Rückgang des Werts gegenüber den Vorjahren geht zurück auf effektivere Logistikprozesse sowie ein vermindertes Aufkommen transportierter Pakete.

BARRIEREFREIE PRODUKTE & DIENSTE.

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

PRODUKTE UND DIENSTE FÜR ÄLTERE MENSCHEN.

Mit zahlreichen innovativen Produkten und Diensten geht die Telekom speziell auf die Bedürfnisse älterer Menschen ein. Unsere entsprechende Produktpalette erweitern wir laufend. 2012 brachten wir beispielsweise das schnurlose Telefon Sinus A 806 mit besonders großem Display, großer Tastatur und Hörgerätekompatibilität sowie zwei innovative Notrufdienste auf den Markt:

Im Mai 2012 stellten wir auf dem Deutschen Seniorentag in Hamburg den Intelligenten Hausnotruf vor. Mittels Sensoren in der Wohnung erkennt die dazugehörige Software eine Notlage nach einem Sturz und benachrichtigt automatisch die Notrufzentrale. Über eine Freisprecheinrichtung kann die Leitstelle Kontakt mit dem Hilfebedürftigen aufnehmen, gleichzeitig liefert ein grafisch verfremdetes Bild einen Eindruck von der Situation vor Ort. Außerdem brachte die Deutsche Telekom 2012 in Kooperation mit dem Deutschen Roten Kreuz sowie dem Schweizer Uhrenhersteller Limmex einen mobilen Notrufdienst auf den Markt. Dieser besteht aus einer Armbanduhr mit eingebauter Handy-Funktion, über die sich per Knopfdruck automatisch bis zu zehn individuell hinterlegte Notrufnummern nacheinander anwählen lassen.

Ein weiteres Projekt widmet sich der verbesserten häuslichen Betreuung schwerstkranker Patienten. Ein Netzwerk aus unter anderem Palliativmedizinern, Krankenhausärzten und Pflegepersonal wird im Lahn-Dill-Kreis künftig elektronisch Einblick in den Betreuungsverlauf von Patienten nehmen. Dadurch können die Versorgung verbessert und unnötige Krankenhauseinweisungen vermieden werden. Der tatsächliche Nutzen dieses Angebots wird derzeit im Rahmen einer Dissertation wissenschaftlich evaluiert.

SmartSenior – intelligente Lebenswelten für Senioren.
Möglichst lang in den eigenen vier Wänden leben – für dieses Bedürfnis einer wachsenden Anzahl älterer Menschen entwickelt der zentrale Forschungs- und Innovationsbereich Telekom Innovation Laboratories (T-Labs) im Rahmen des Verbundprojekts „SmartSenior“ Lösungen. Koordiniert von den T-Labs untersuchen 28 Partner aus Forschung und Industrie in dem vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Forschungsprojekt, wie ältere Menschen durch intelligente Lebenswelten unterstützt werden können. Im Mittelpunkt stehen Lösungen für mehr Sicherheit und Komfort im Wohnumfeld und unterwegs. Dabei setzt SmartSenior auf ein integriertes Gesamtkonzept mit einheitlichen, intuitiven Bedienoberflächen und einer intelligenten Verknüpfung verschiedener Technologien – vom Fernseher über Smartphone und Hausgeräte bis zum Auto. Neben der Erarbeitung kooperativer und integrierter Geschäftsmodelle liegt der Schwerpunkt der T-Labs in der Entwicklung eines innovativen Home Gateways, das den Zugang zu Altersgerechten Assistenzsystemen für ein gesundes und unabhängiges Leben (AAL-Diensten) sicherstellt und hilft, bisher getrennte Dienste über eine einheitliche Infrastruktur verfügbar und für ältere Menschen einfach nutzbar zu machen. Anfang Mai 2012 startete ein Feldtest in rund 30 Potsdamer Wohnungen. Das größte deutsche Projekt im Bereich AAL hat damit die Basis geschaffen für konkrete Produkte und Dienstleistungen für ältere Menschen, die jetzt zur breiten Markteinführung weiterentwickelt werden und als Vorbild für Gemeinschaftsprojekte in weiteren Bereichen dienen können.

PRODUKTE UND DIENSTE FÜR HÖRGESCHÄDIGTE MENSCHEN.

Unter dem Motto „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ setzt sich die Deutsche Telekom dafür ein, Chancengleichheit in der Telekommunikation zu schaffen. Dazu gehört auch unser Engagement für gehörlose und schwerhörige Kunden. Bereits 2003 haben wir speziell für diese Zielgruppe eine Hotline in Deutschland eingerichtet, die zunehmend genutzt wird. Anfragen an die geschulten Mitarbeiter können per E-Mail gestellt werden. Die Fragen werden entweder direkt beantwortet oder die Kollegen informieren darüber, wie sie via Bildtelefonie oder Webcam zu erreichen sind. Aktuell fragen täglich bis zu 60 Menschen an, um sich beispielsweise zu Spezialtarifen für Gehörlose oder spezielle Media Receiver für Fernsehprogramme mit Untertiteln beraten zu lassen. In Bremen wird die Hotline von zwei gehörlosen Kollegen betreut, einmal im Monat sind diese auch im Telekom Shop im Bremer Weserpark vor Ort. Weiterhin wird in den Telekom-Shops in Landsberg a. Lech jeden Mittwoch und in München jeden Donnerstag eine Gehörlosenberatung angeboten. Es ist geplant, dieses Angebot künftig auf weitere Städte auszuweiten.

SLOVAK TELEKOM: ERWEITERTES PORTFOLIO FÜR SEHBEHINDERTE.

Slovak Telekom bietet jetzt ein Nokia C5 mit einer speziellen App für Blinde und Sehbehinderte zum Preis eines Standardhandys an. Die App führt den Kunden über Sprachansagen durch das Menü und bietet ein vergrößertes Display. Im Angebot ist außerdem ein Festnetztelefon mit größerem Display und vergrößerter Tastatur, größeren Bedienelementen und einer Funktion, die die Sprach- und Klingeltonlautstärke erhöht – auch dies für den Preis eines Standardtelefons.

SOZIALTARIFE ERMÖGLICHEN NETZZUGANG FÜR SOZIAL BENACHTEILIGTE MENSCHEN.

Makedonski Telekom hat einen Sozialtarif für Sozialhilfeempfänger eingeführt. So können jetzt beispielsweise Sozialhilfeempfänger, die nur Sprachdienste benötigen, einen kostenlosen Prepaid-Festnetz-Anschluss erhalten. Darüber hinaus bieten sowohl T-Home als auch T-Mobile in der EJR Mazedonien Sondertarife für Senioren und Menschen mit Behinderungen an.

Auch Crnogorski Telekom, die montenegrinische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom bietet einen speziellen Preisnachlass für Menschen mit Einschränkungen an (25 Prozent für das mobile Surfen im Internet und 20 Prozent für ADSL-Anschlüsse). Im Berichtszeitraum machten über 300 Kunden von diesem Nachlass Gebrauch.

KUNDENKOMMUNIKATION.

Das Internet ist für Konsumenten zu einer der wichtigsten Informationsquellen geworden: Verbraucher tauschen sich immer häufiger in Blogs, Foren oder anderen Netzwerken über Produkte aus und thematisieren dabei zunehmend auch Nachhaltigkeitsaspekte. Um diesem Informationsbedürfnis nachzukommen, hat die Telekom 2012 eine neue Corporate Kampagne gestartet. Die „Digitale Welt"-Kampagne löst die bisherige Nachhaltigkeitsoffensive ab, führt die Themen jedoch inhaltlich weiter. Auch zahlreiche internationale Landesgesellschaften setzten sich im Berichtszeitraum für eine Förderung des Nachhaltigkeitsgedankens ein.

„DIGITALE WELT"-KAMPAGNE LÖST NACHHALTIGKEITSOFFENSIVE AB.

Im September 2012 wurde die Nachhaltigkeitsoffensive der Telekom beendet und die Corporate-Kampagne „Digitale Welt" gestartet. Auf der Kampagnenwebsite der Nachhaltigkeitsoffensive wurden das ganze Jahr über aktuelle Themen aus dem Nachhaltigkeitsengagement der Telekom dargestellt, wie zum Beispiel:

- **Wettbewerb Medienkompetenz:** Im Februar 2012 startete im Rahmen der Kampagne ein Wettbewerb zum Thema Medienkompetenz, der einschließlich der Gewinner auf der Website präsentiert wurde.
- **Aufruf zur Teilnahme an Spendenaktion:** Im Oktober 2012 informierten wir unsere Kunden über die Kampagnenwebsite sowie in den Rechnungsbeilagen über unser erneutes Engagement für BILD hilft e.V. „Ein Herz für Kinder" und riefen sie zur Teilnahme an einem virtuellen Spendenlauf auf.

Die Corporate-Kampagne „Digitale Welt" stellt innovative Produkte und Services der Deutschen Telekom in einem breiten Rahmen vor. Auch dabei stehen Themen mit einer über den persönlichen Nutzen hinausgehenden Bedeutung für Umwelt und Gesellschaft im Fokus, beispielsweise Smart Metering, E-Health oder die virtuelle Nutzung von Zeitschriften, Büchern und Musik.

Auch 2013 werden wir zum nachhaltigen Handeln aufrufen, um unterschiedliche Zielgruppen für nachhaltiges Handeln zu begeistern und damit unserer unternehmerischen Verantwortung gerecht zu werden.

WE-CARE-APP ZEIGT SPIELERISCHE WEGE ZUM NACHHALTIGEN HANDELN.

Die Telekom nutzt unterschiedliche Kommunikationswege, um über ihr ökologisches und gesellschaftliches Engagement zu informieren. Seit 2012 steht die Applikation „We Care" zum kostenlosen Download bereit. Mit ihr sprechen wir auch Zielgruppen an, die sich bislang wenig mit dem Thema unternehmerische Verantwortung beschäftigt haben. Sie gibt Antworten auf Fragen wie zum Beispiel: Wie viele Bäume müssen gepflanzt werden um den CO_2-Ausstoß einer Flugreise über eine Distanz von 1 000 Kilometern auszugleichen? Wie sähe die umweltfreundlichere Alternative aus? Spielerisch erklärt „We Care", in welchen Bereichen sich die Telekom engagiert, gibt Einblicke in die Unternehmensphilosophie – und zeigt, wie jeder Einzelne dabei einen Beitrag leisten kann. Die Moderatoren Katrin Bauerfeind und Christian Mürau führen durch die Inhalte, äußern sich zu kritischen Themen und vertreten dabei durchaus auch unterschiedliche Sichtweisen.

Die App „We Care" informiert zu den Themen „Klimaschutz", „Gesellschaftliches Engagement", „Vernetztes Leben und Arbeiten" und „Telekom als Arbeitgeber". Komplexe Themen werden in Form von multimedialen und interaktiven Inhalten dargestellt: Beispielsweise wird die Funktionsweise des Treibhauseffekts in einer 3-D-Animationen erklärt. So gelingt es, die Zusammenhänge der globalen Erderwärmung einfach und verständlich darzustellen. Bei den aufbereiteten CR-Themen steht der Spaß bei der Nutzung der App im Vordergrund. Ein großes Augenmerk liegt daher auf einer einfachen und zum Spielen anregenden Darstellung und einer intuitiven Navigation. Darüber hinaus bietet die App einen Einblick in den jeweils aktuellen CR-Bericht.

„We Care" wurde vom Internationalen Forum für Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit mit dem Sonderpreis „Innovation" des „Deutschen CSR-Preises" ausgezeichnet. Außerdem erhielt sie als beste CR-Kommunikationsmaßnahme 2012 den Deutschen Preis für Wirtschaftskommunikation „Der Goldene Funke" sowie „Gold" in der Kategorie „Digitale Anwendungen" beim „Econ Award Unternehmenskommunikation".

FEELGREEN.DE: NACHHALTIGKEIT MIT GENUSS.

An Menschen, die Nachhaltigkeit mit Genuss verbinden wollen, richtet sich das Online-Portal feelGreen.de der Deutschen Telekom. Auf einen Blick gibt es Informationen und Anregungen zu ökologischen, sozialen und gesundheitsorientierten Themen. Die Bandbreite der Themen reicht von Ernährung über Gesundheit, Mode, Energie und Umwelt bis hin zu Reisen.

KUNDENKOMMUNIKATION VIA SOCIAL MEDIA.

Wir wollen Kunden und anderen Stakeholdern der Telekom auf vielfältige Weise die Möglichkeit bieten, mit uns in Kontakt zu treten. Neben den bisherigen Service-Angeboten pflegen wir auch einen offenen Dialog auf verschiedenen Internet-Plattformen wie Facebook oder Twitter. Unsere Präsenz in diesen Netzwerken findet immer mehr Anhänger: So hat die Seite „Deutsche Telekom AG" auf Facebook bereits rund 31 100 Fans (Stand: Dezember 2012) und auf Twitter verfolgen rund 36 700 „Follower" unser Profil „Deutschetelekom" (Stand: Dezember 2012).

Kundenhilfe viaFeedback-Community.
Die Webseite www.telekom-hilft.de bündelt seit Juni 2012 alle Social-Media-Angebote der Telekom und stellt die Inhalte barrierefrei zur Verfügung. Das Telekom Service-Team – die sogenannte Feedback-Community – beantwortet über diese Seite Fragen zu Produkten und Services. Neben unserer Präsenz auf Facebook und Twitter findet sich dort auch unser 2010 gestarteter Telekom Blog, der die klassischen Presseaktivitäten des Konzerns ergänzt. Über den YouTube-Kanal der Telekom können außerdem viele aktuelle Beiträge zu Innovationsthemen des Konzerns abgerufen werden.

MAGYAR TELEKOM: NACHHALTIGKEIT IM VERTRIEB.

Magyar Telekom, die ungarische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom, veröffentlichte im April 2012 zum ersten Mal einen Katalog mit Informationen zur Nachhaltigkeit verschiedener Produkte und zu den Nachhaltigkeitskriterien für Mobilfunk-Endgeräte.

Dazu gehören:

- quecksilber- und arsenfreies Display
- PVC-frei
- frei von Nickel, Brom- oder Chlorverbindungen und Antimontrioxid
- Verpackung zu 100 Prozent aus wiederverwertbaren Materialien
- Energieeffizienz des Ladegeräts übertrifft die strengsten Standards
- Energiesparmodus
- hergestellt aus zu 100 Prozent wiederverwertbaren Materialien
- Erinnerungsfunktion für das Ziehen des Ladekabels
- speziell für Menschen mit Einschränkungen (z.B. Senioren, Menschen mit Behinderungen) entwickelt

Magyar Telekom weist in ihren Katalogen auf die Nachhaltigkeitsmerkmale hin. Die Angaben stammen jedoch von den Lieferanten, die für die Aussagen ebenfalls Verantwortung tragen.

COSMOTE – „OUR WORLD IS YOU“.

Cosmote setzte auch im vergangenen Jahr ihr Programm „Our world is you“ fort, mit dem das gesellschaftliche Engagement des Unternehmens und die Kundenbindung verstärkt werden sollen. Im Rahmen dieser Kampagne wurden die Kunden von Cosmote eingeladen, über Facebook ihre Wünsche „für eine bessere Welt“ einzusenden, um dem Unternehmen Anregungen für ein verstärktes Engagement für soziale und gemeinnützige Anliegen zu geben.

Über 13 000 Menschen folgten der Einladung und schickten Cosmote über Facebook Vorschläge, wie das Unternehmen sich für eine „bessere Welt“ einsetzen könne. Eine Reihe von Vorschlägen wurde ausgewählt und mit Unterstützung von Cosmote realisiert. Beispielsweise rief Cosmote 2012 gemeinsam mit dem Hilfs- und Solidaritätszentrum der Stadt Athen (KYADA) ein innovatives Hilfsprogramm für Familien in Not ins Leben, das diese durch Sachleistungen und psychologische Hilfestellung unterstützt. Im Rahmen des Programms stellte Cosmote insgesamt 200 Familien für ein ganzes Jahr Nahrungsmittel, Bekleidung und andere Bedarfsartikel sowie Spielzeug, Bücher, Internet-Zugang und Unterstützung durch Psychologen und KYADA-Sozialarbeiter zur Verfügung. Außerdem leisteten 40 Mitarbeiter von Cosmote einen wichtigen persönlichen Beitrag zum Programm „Our world is you“: Sie halfen bei der Renovierung des KYADA-Gebäudes und sammelten Sachspenden wie Kleider oder Bücher.

Das Programm „Our world is you“ hat auch eine interne Komponente. Mehrere der eingesandten Wünsche der Mitarbeiter von Cosmote gingen in Erfüllung. Im Mai 2012 wurden zum Beispiel die Wände des Kundendienstgebäudes mit bunten Farben und in ansprechendem Design bemalt, um bei Mitarbeitern und Kunden für gute Laune zu sorgen.

OTE UND COSMOTE: BRANCHENFÜHRER BEIM THEMA CR.

In einer 2012 in Athen und Thessaloniki durchgeführten Tracking-Studie nannten 46 Prozent der Befragten Cosmote als das sozial verantwortlichste Mobilfunk-Unternehmen Griechenlands. Das zweitplatzierte Mobilfunk-Unternehmen erhielt nur 10 Prozent der Stimmen, während 37 Prozent der Befragten gar kein Mobilfunkunternehmen für die Kategorie „Soziale Verantwortung“ auswählten. Das Ergebnis von Cosmote fiel um 13 Prozentpunkte höher aus als im Vorjahr, in dem das Unternehmen ebenfalls den ersten Platz belegt hatte.

In einer Tracking-Studie zu Anbietern von Festnetz- und Internet-Diensten, die 2012 ebenfalls in Athen, Saloniki und anderen städtischen und ländlichen Regionen Griechenlands durchgeführt wurde, wählten 28 Prozent der Teilnehmer OTE zum sozial verantwortlichsten griechischen Festnetz- und Internet-Anbieter. Das zweitplatzierte Unternehmen erhielt nur 5 Prozent der Stimmen, während 55 Prozent der Befragten gar kein sozial verantwortliches Unternehmen nennen konnten. Damit erzielte OTE 2012 in dieser Kategorie dasselbe Ergebnis wie im Vorjahr und belegte in beiden Jahren den ersten Platz.

KAMPAGNE FÜR HÖRGESCHÄDIGTE IN DER SLOWAKEI.

Im Rahmen der Woche der Hörgeschädigten im September 2012 führte Slovak Telekom die Aktion „Liebe braucht keine Worte“ durch, um die Öffentlichkeit für hörgeschädigte Menschen in der Gesellschaft zu sensibilisieren. Das Unternehmen engagiert sich bereits seit zehn Jahren für Hörgeschädigte. Am Internationalen Tag der Hörgeschädigten am 30. September wurden alle Werbespots der Slovak Telekom in Gebär-

densprache gezeigt. Dies hatte zuvor noch kein slowakisches Unternehmen gemacht. „Wir möchten, dass im täglichen Leben mehr an Hörgeschädigte gedacht wird. Sie sind genau wie wir, müssen aber einige besondere Herausforderungen im Leben bewältigen“, so Andrej Gargulák, Leiter Corporate Communications bei Slovak Telekom.

Im Rahmen der Aktion besuchten knapp 35 000 Personen eine spezielle Website. Außerdem initiierte Slovak Telekom eine Reihe von Aktivitäten über Facebook, um der Öffentlichkeit die Bedeutung dieses Themas bewusst zu machen. Unter anderem konnte man mit der App „Lippenlesen“ versuchen, einen Sprecher durch Ablesen vom Mund zu verstehen. Man konnte in das eigene Profilbild auch ein Badge einfügen, das „Ich liebe dich“ in Gebärdensprache zeigt. Gebärdensprache ist zwar nicht international, aber das Zeichen für „Ich liebe dich“ ist allen Hörgeschädigten weltweit bekannt. Slovak Telekom hat als Hilfe für Hörgeschädigte auch alle Shops, in denen es Personal mit Kenntnissen in Gebärdensprache gibt, mit diesem Symbol gekennzeichnet. Schließlich wurde noch ein Mood-Film über ein hörgeschädigtes Mädchen auf Facebook und YouTube gepostet.

Slovak Telekom führte außerdem vom 19. September bis 31. Oktober 2012 eine Spendenaktion für Hörgeschädigte durch, bei der die Teilnehmer mit einer speziellen Online-App ein Bild zeichnen konnten. Für jedes Bild spendete das Unternehmen einen Euro, um so ein Training für hörgeschädigte Unternehmer zu finanzieren. Insgesamt wurden 1 066 Zeichnungen eingereicht, und Slovak Telekom verdreifachte diesen Betrag, um die Veranstaltung des Kurses zu ermöglichen.

INFORMATIONEN ZUM UMWELTSCHUTZ IN TSCHECHIEN.

T-Mobile Czech Republic: Kundeninformationen zum Umweltschutz.
2012 veröffentlichte T-Mobile Czech Republic in einer Kundenbroschüre mit dem Titel „Partnerlösungen“ einen zweiseitigen Artikel, der sich mit Umweltfragen und der Senkung von CO_2-Emissionen befasst sowie Möglichkeiten aufzeigt, wie Kunden mithilfe von Telekommunikationsdiensten und -produkten (zum Beispiel Home Office, Telearbeit) zum Umweltschutz beitragen können. Den Rechnungen, die das Unternehmen an die Kunden verschickte, waren regelmäßig Informationen über Handy-Recycling und RechnungOnline beigelegt. Die Zahl der Kunden, die sich für die elektronische Rechnung entscheiden, nimmt stetig zu und liegt jetzt bei etwa 550 000.

Über die Umweltaktivitäten des Unternehmens wird auch auf der CSR-Website der T-Mobile Czech Republic und auf verschiedenen Konferenzen zu diesem Thema berichtet.

„Green ICT “ in Tschechien.
ICT ist ohne Energieverbrauch nicht denkbar. Darin liegt eine große Herausforderung für die meisten Unternehmen. „Green ICT “ ist dagegen ein Gewinn für Wirtschaft und Umwelt, da die gesamte ICT-Technik eines Unternehmens in ein virtuelles Rechenzentrum („Cloud Computing “) verlegt wird, in dem Hardware, Betriebssysteme, Datenbanken und Webserver dynamisch, also je nach Bedarf genutzt werden können. T-Systems Czech Republic hielt bei der tschechisch-amerikanischen Handelskammer eine Reihe von Vorträgen zum Thema „Green ICT “ für interessierte Vertreter der Öffentlichkeit und der Wirtschaft, bei denen der Schwerpunkt auf Umweltschutz und Sicherheit lag.

Im Berichtszeitraum wurde von T-Systems Czech Republic außerdem eine internationale Nachhaltigkeits- und ICT-Studie übersetzt und überarbeitet, um sie für eine breitere Öffentlichkeit in Tschechien verfügbar zu machen.

HANDY- & TELEFON-RÜCKNAHME.

Die Deutsche Telekom engagiert sich für die Weiterverwendung und das Recycling gebrauchter Handys und sammelt daher in verschiedenen Aktionen Althandys. Gemeinsam mit ihren Kunden leistet sie dadurch einen wichtigen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen und zum Klima- und Umweltschutz – im Rahmen ihres CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft". Eine möglichst lange Nutzung von Mobiltelefonen hilft, Ressourcen zu sparen, während das Recycling wertvolle Rohstoffe verfügbar macht.

CR KPI „HANDY-RÜCKNAHME".

Um der Bedeutung der Handy-Rücknahme Rechnung zu tragen, erheben wir seit dem Geschäftsjahr 2010 den CR KPI „Handy-Rücknahme". Diese Kennzahl stellt die gesammelten Mobilfunk-Geräte – gemessen in Stückzahl und dem Äquivalent in Kilogramm – der Anzahl der Kunden einer Konzerngesellschaft gegenüber.

Eine detaillierte Beschreibung der CR KPI findet sich im Kapitel Strategie & Management.

SAMMELAKTIONEN FÜR MOBILTELEFONE.

Im Jahr 2012 haben wir in Deutschland im Rahmen verschiedener Aktionen insgesamt rund 207 543 gebrauchte Mobiltelefone zurückgenommen und einer Weiterverwendung oder dem fachgerechten Recycling zugeführt. Für jedes abgegebene Handy spendet die Telekom aus den Erlösen an die Deutsche Umwelthilfe e.V. (DUH).

Mobiltelefone bestehen zu rund 25 Prozent aus wertvollen und teilweise unter problematischen Arbeits- und Umweltbedingungen gewonnenen Metallen. Daher kommt der Weiterverwertung eine besondere Bedeutung zu. Um mehr Verbraucher über diese Zusammenhänge aufzuklären und sie damit für einen nachhaltigeren Umgang mit ihren Handys zu gewinnen, unterstützte die Telekom im Jahr 2012 die Bildungsinitiative „Die Rohstoff-Expedition – Entdecke, was in (d)einem Handy steckt!" des Bundesministeriums für Bildung und Forschung (BMBF).

Die Initiative wurde im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2012 – Zukunftsprojekt Erde mit dem Ziel ins Leben gerufen, Jugendliche durch wissenschaftlich fundierte Unterrichtsmaterialien und das Sammeln von gebrauchten Handys für einen bewussten Umgang mit wertvollen Ressourcen zu sensibilisieren. Die Telekom unterstützte das BMBF bei der Durchführung der Bildungsinitiative und stellte im Aktionszeitraum von September bis Mitte November 2012 ihre eigene ständige Sammelaktion unter das Dach der Initiative. Außerdem warb sie bei ihren Kunden und in der Öffentlichkeit für die Teilnahme und spendete attraktive Preise für den Schulwettbewerb, an dem über 1 600 Schulen teilnahmen. Ebenfalls mit organisatorischer Beratung und Preisen für Schulen unterstützte die Telekom auch die erste landesweite Handy-Sammelaktion des bayerischen Ministeriums für Umwelt und Gesundheit „Handy clever entsorgen" vom 30. April bis 30. Juni 2012. In diesem Zeitraum wurden rund 70 000 Althandys gesammelt. In Kooperation mit der DUH förderte die Telekom im Oktober 2012 eine Handy-Sammelaktion der Wissenschaftssendung „Odysso" des SWR Fernsehen, bei der 3 500 Althandys an den SWR gesandt wurden. Aus den Erlösen spendete die Telekom 3 000 Euro an die DUH.

Im Juni 2012 erhielt die Telekom den international renommierten „Ethical Coporation Award 2012" des Online-Magazins Ethical Corporation für den Erfolg der Handy-Recycling-Aktion von 2011zugunsten von „Ein Herz für Kinder".

RECYCLINGPROGRAMME IN RUMÄNIEN UND GRIECHENLAND.

Cosmote Romania fördert Recycling.

Im Rahmen der Earth Hour im März 2012 stellte Cosmote ihr Umweltschutzprogramm „I love Recycling" vor, mit dem die Rücknahme und Wiederverwertung gebrauchter Mobiltelefone samt Zubehör gefördert werden soll. Für jedes der knapp 1 900 Handys und Zubehörartikel, die seit Beginn der Kampagne bis Ende September 2012 gesammelt wurden, pflanzte Cosmote Romania am 10. November einen Baum in der Nähe der Stadt Ploieşti. Weitere 5 000 Bäume ließ Cosmote Romania im Rahmen der Initiative „Adopt a Forest" auf einer Fläche von einem Hektar pflanzen. Knapp 200 freiwillige Helfer – Mitarbeiter von Cosmote und Germanos, deren Angehörige sowie andere Freiwillige und Schüler – halfen bei den Pflanzaktionen.

Cosmote: „Mach mit beim Recyling".

Seit 2005 stellt Cosmote Recyclingbehälter für Handys, Zubehör, Batterien und Druckerpatronen in allen Cosmote und Germanos Shops sowie Cosmote-Gebäuden bereit. Um die Öffentlichkeit weiter für Recycling zu sensibilisieren, startete Cosmote am Tag der Umwelt 2012 eine entsprechende Anzeigenkampagne.

VERBRAUCHERSCHUTZ.

Die ICT-Technologien bieten dem Verbraucher vielfältige Vorteile, bergen jedoch auch Risiken. Von der Sicherheit persönlicher Daten über eine transparente Preisgestaltung bis zum Schutz von Kindern vor ungeeigneten Inhalten: Der Schutz ihrer Kunden ist für die Telekom ein wesentlicher Bestandteil ihrer gesellschaftlichen Verantwortung. Wir wollen unseren Kunden eine sichere und vertrauenswürdige Nutzungsumgebung bieten und setzen dafür hohe Standards an. Mit diesem Bestreben gelingt es uns, neue – auch sensible – Dienste wie mobiles Bezahlen erfolgreich zu vermarkten.

Insbesondere Kindern und Jugendlichen wollen wir einen sicheren Umgang mit digitalen Medien ermöglichen. Dafür stärken wir deren eigene Medienkompetenz und bieten zusätzlich Eltern beispielsweise in Deutschland mit spezieller Kinderschutz-Software effektive Instrumente an, um eine altersgerechte Nutzung des Internets sicherzustellen. Anfang 2013 sind wir dem Bündnis zur Verbraucherbildung der Deutschen Stiftung Verbraucherschutz beigetreten. Der Zusammenschluss aus Wirtschaft, Wissenschaft und Verbänden setzt sich dafür ein, bundesweit Verbraucherkompetenzen wie unter anderem auch die Medienkompetenz in den Lehrplänen zu verankern.

KUNDENFREUNDLICHE DATENSCHUTZSTANDARDS.

Auch 2012 hat sich die Deutsche Telekom aktiv an der „Mobile Privacy Initiative“ (MPI) zur Entwicklung kundenfreundlicher Datenschutzstandards beteiligt. Diese werden beispielsweise in der Richtlinie für die Entwicklung von mobilen Anwendungen von 2011 definiert. Wie die anderen europäischen Mobilfunk-Betreiber setzte auch die Telekom diese Richtlinie schrittweise in den europäischen Landesgesellschaften um und hat diesen Prozess 2012 vollständig abgeschlossen.

Schneller Überblick über Datenschutzkategorie.
Die Telekom teilt personenbezogene Daten und vertrauliche geschäftliche Informationen in Schutzklassen ein – von „offen“ bis „streng vertraulich“. Eine neu entwickelte Drehscheibe, ähnlich einer Parkscheibe, zeigt Mitarbeitern nun direkt an, welcher Schutzbedarf vorliegt und welche Schutzmaßnahmen sie dementsprechend ergreifen müssen. Die elektronische Variante der Drehscheibe kann jeder Mitarbeiter an seinem PC-Arbeitsplatz aufrufen.

2013 soll eine Smartphone-App zum Umgang mit Datenschutzstandards realisiert werden. Dazu hat die Telekom eine Reihe von Informationsblättern entwickelt, die einzelne Datenschutz- und Sicherheitsregeln beispielsweise für den sicheren Umgang mit Smartphones kurz und verständlich erklären. Die Inhalte sind auf unterschiedliche Zielgruppen wie Teamkollegen, Führungskräfte oder Leiter einer Organisationseinheit zugeschnitten.

TÜV Nord zertifiziert Abrechnungsprozesse der Deutschen Telekom.
Im Festnetz- und Mobilfunk-Geschäft erstellt die Telekom monatlich etwa 65 Millionen Rechnungen und muss dabei je nach Tarif nicht selten Tausende von Verkehrsdaten zeitgenau abrechnen. Sowohl im Mobilfunk- als auch im Festnetz-Bereich arbeiten dabei zahlreiche unterschiedliche IT-Systeme zusammen. 2012 hat der TÜV Nord die gesamte Prozesskette und die darin eingebundenen Systeme hinsichtlich Datenschutz sowie IT-Sicherheit der Rechnungsprozesse auditiert und den Festnetz- ebenso wie den Mobilfunk-Bereich erfolgreich zertifiziert. Für den Festnetz-Bereich war dies bereits die zweite TÜV-Zertifizierung.

Datenschutz-Kodex für Geodatendienste mit Bitkom	Telekom Deutschland
Maßnahmen zur spezifischen Preiskontrolle in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen § 13 (3)	T-Mobile Austria
General Recommendations for the Provisioning of Audiotex Services	T-Mobile Czech Republic
General Rules of Provision of Premium Services (Premium SMS, Premium MMS)	T-Mobile Czech Republic
Verhaltenskodex Premium SMS/Mobile Dienste und webbasierte Dienste	Telekom Deutschland
Mobile Privacy Initiative der GSMA	Deutsche Telekom
Code of Conduct for Value Added Services Provided through Mobile Phones and for the Protection of Minor Users	Cosmote Greece
Bill Limit Service	Hrvatski Telekom
Code of Conduct – Mobile Premium Services	Magyar Telekom
Code of Ethics for Premium Rate Services	Magyar Telekom
Anti Spam Policy	T-Mobile Macedonia
SMS Service Provision Code of Conduct	T-Mobile Netherlands
General Rules for Providing SMS Services for Not-branded Projects	Slovak Telekom
Cellular Telecommunications & Internet Association's (CTIA) Wireless Consumer Checklist	T-Mobile USA

AUF EINEN BLICK: BEISPIELE FÜR SELBSTVERPFLICHTUNGEN UND VERHALTENSKODIZES ZUM VERBRAUCHERSCHUTZ.

In zahlreichen nationalen und internationalen Selbstverpflichtungen sowie internen Verhaltenskodizes gewährleistet die Telekom Verbraucherschutz für ihre Kunden auf höchstem Niveau. Dabei gehen sie oft weit über die nationalen gesetzlichen Regelungen hinaus. Auch speziell im Bereich Kinder- und Jugendschutz sind wir zahlreiche Selbstverpflichtungen eingegangen.

OTE UND COSMOTE: UMFASSENDES PROGRAMM FÜR ONLINE-SICHERHEIT.

2012 starteten OTE und Cosmote gemeinsam eine neue Kampagne („Im Märchenland des Internets ist kein Platz für Bösewichte"), um Kinder und Eltern über Online-Sicherheit zu informieren und Kinder vor potenziellen Gefahren im Netz zu schützen. Die Kampagne umfasst folgende Aspekte:

- **Sicher Surfen im Mobilfunk- und Festnetz:** Mit Connx Secure bietet OTE den Nutzern umfassenden Schutz für ihre E-Mails und Rechner mit Kontrollmöglichkeiten für Eltern. Auch Cosmote stellt kostenlos unkomplizierte Funktionen für die elterliche Kontrolle zur Verfügung, mit denen im Portal „My View" von Cosmote der Zugang zu Inhalten, die für Erwachsene vorgesehen sind, gesperrt werden kann.

- **Sensibilisierung der Öffentlichkeit:** OTE und Cosmote haben gemeinsam eine neue Broschüre über Online-Sicherheit für Kinder veröffentlicht, die an den Kundenkontaktstellen der Unternehmen (beispielsweise im OTE Museum für Telekommunikation sowie bei Großveranstaltungen der beiden Unternehmen) erhältlich ist.

- **Zusammenarbeit mit renommierten Organisationen:** OTE und Cosmote arbeiten als Sponsoren mit verschiedenen Einrichtungen zusammen, zum Beispiel der Abteilung Jugendgesundheit der zweiten Pädiatrischen Klinik der Universität Athen, dem P. & A. Kyriakou Kinderkrankenhaus und dem griechischen Zentrum für Internet-Sicherheit (Saferinternet.gr), das von der Europäischen Kommission gefördert wird. Darüber hinaus wurde 2012 die Einheit Cyberkriminalität und speziell die von ihr veranstalteten Konferenzen zum sicheren Umgang mit dem Internet unterstützt. OTE und Cosmote unterstützen außerdem YpoSTIRIZO 800 11 800 15, die Hotline des griechischen Zentrums für Internet-Sicherheit. OTE ist Mitglied von SAFENET, dem griechischen Selbstverwaltungsgremium für Internet-Inhalte, und gehört zusammen mit Cosmote dem beratenden Ausschuss des griechischen Zentrums für Internet-Sicherheit an.

- **Initiativen zum Tag der Internet-Sicherheit 2013:** Um durch Prävention und angemessene Information eine sichere Nutzung von Internet- und Mobilfunk-Diensten zu gewährleisten, führten OTE und Cosmote anlässlich des Tags der Internet-Sicherheit 2013 im zweiten Jahr in Folge eine Sensibilisierungsaktion durch. Diese Veranstaltung für Eltern, Jugendliche und Kinder fand am Samstag, dem 2. Februar 2013, im größten Athener Einkaufszentrum statt. Fachleute der Abteilung Jugendgesundheit informierten Eltern und Kinder spielerisch über die sichere Nutzung des Internets, mögliche Risiken sowie Suchtverhalten bei Jugendlichen.

COSMOTE ROMANIA: KAMPAGNE ZUR INTERNET-SICHERHEIT.

Im Rahmen einer Kampagne zur Internet-Sicherheit setzte sich Cosmote Romania im ersten Quartal 2012 wieder – im vierten Jahr in Folge – dafür ein, dass Kinder sicher im Netz unterwegs sein können. Am 7. Februar, dem Tag der Internet-Sicherheit, startete das Unternehmen eine breit angelegte Kommunikationskampagne, die einen wichtigen Beitrag zur größten nationalen Kampagne zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor ungeeigneten digitalen Inhalten leistete.

Ziel dieser Kampagne war es, Eltern und Jugendliche über die mit dem Surfen im Internet verbundenen Gefahren zu informieren. 32 000 Exemplare einer Broschüre mit dem Titel „Wie schütze ich mein Kind vor den Gefahren des Internets?" wurden in Geschäften von Cosmote und Germanos und bei Unternehmensveranstaltungen ausgelegt. Als Ausdruck ihres gesellschaftlichen Verantwortung und ihres Engagements für die Umwelt setzte sich Cosmote Romania außerdem in einer Online- und Presse-Kampagne für Internet-Sicherheit ein.

GLOBUL: KAMPAGNE FÜR VERKEHRSSICHERHEIT IN BULGARIEN.

Unter dem Motto „Sicher fahren mit Freisprechanlage!" veranstalteten Globul und Germanos von Juli bis Dezember 2012 eine nationale Kampagne zur Sicherheit am Steuer. An zentralen Straßen und Kreuzungen, Fußgängerzonen, Parkplätzen von Einkaufszentren und EKO-Tankstellen in Sofia, Varna, Plovdiv und Burgas verteilten sie Informationsblätter mit Tipps und einer Liste der Strafen für Verkehrsdelikte nach der bulgarischen Straßenverkehrsordnung sowie Autoaufkleber mit dem Programmslogan. Die im sechsten Jahr in Folge veranstaltete Kampagne soll das Verantwortungsbewusstsein am Steuer und die Nutzung von Freisprechanlagen fördern, um die Verkehrssicherheit im Land zu erhöhen.

JUGENDMEDIENSCHUTZ.

Für Kinder und Jugendliche gehört das Internet mittlerweile zum Lebensalltag. So waren Jugendliche einer Studie des Medienpädagogischen Forschungsverbands Südwest aus dem Jahr 2010 zufolge täglich durchschnittlich fast 140 Minuten online. Dabei gehen Heranwachsende zum Teil noch unbefangen mit den vielfältigen Möglichkeiten der neuen Technologien um.
Kinder und Jugendliche zu einem verantwortungsvollen Umgang mit den neuen Medien zu befähigen und sie bei der Nutzung moderner Kommunikationsmittel zu schützen, ist daher von essenzieller Bedeutung. Die Deutsche Telekom setzt dabei auf einen Dreisäulenansatz:

- **Attraktive und altersgerechte Angebote für Kinder bereitstellen:** Mit altersgerechten Websites und Inhalten, wie beispielsweise der Suchmaschine fragFINN.de oder in unserem seit 2004 bestehenden Kidsportal, bieten wir Kindern und Jugendlichen spannende und attraktive Inhalte an.

- **Förderung der Medienkompetenz:** Wir fördern einen kompetenten und selbstbewussten Umgang mit Internet und Mobilfunk. Denn nur so können Kinder und Jugendliche lernen, Gefahren zu erkennen und Grenzen einzuhalten. Die Telekom arbeitet auch hier mit verschiedenen gesellschaftlichen Gruppen und Initiativen zusammen.

- **Angebot von nutzerautonomen Schutzinstrumenten:** Ein wesentlicher Baustein ist auch das Angebot geeigneter Schutzinstrumente. Mit unserer im Februar 2012 von der Kommission für den Jugendmedienschutz der Landesmedienanstalten (KJM) offiziell anerkannten Kinderschutz Software bietet die Telekom Deutschland bereits seit 2003 eine zuverlässige Lösung an. So kann mit ihrer Hilfe unter anderem die Altersklassifizierung von Internet-Seiten ausgelesen werden.

In diesem Rahmen engagiert sich die Deutsche Telekom auch in zahlreichen Initiativen und Kooperationen zum Schutz junger Internet-Nutzer.

BRANCHENWEITE JUGENDSCHUTZINITIATIVE.

In immer jüngeren Jahren gehen Kinder heute ins Internet. Die Gewährleistung eines effektiven Kinder- und Jugendmedienschutzes ist daher eine zentrale Herausforderung auf Europas Digitaler Agenda. Auf Einladung von EU-Vizepräsidentin Neelie Kroes haben sich Ende 2011 28 führende Technologie- und Medienunternehmen, darunter auch die Telekom, für ein Jahr in der Initiative „CEO Coalition to make the Internet better place for kids“ zusammengeschlossen.

Weiterhin beteiligt sich die DTAG an der branchenspezifischen „ICT Coalition for a Safer Internet for Children and Young People“. Der Initiative gehören Telekommunikationsunternehmen, Endgerätehersteller und Online-Dienste-Anbieter an. Erstmals verpflichtet sich hierin eine breite Koalition der ICT-Branche entlang der gesamten Internet-Wertschöpfungskette auf einen gemeinsamen und langfristigen Rahmen zur Erhöhung des Jugendmedienschutzes, die „Principles for the Safer Use of Connected Devices and Online Services by Children and Young People in the EU“.

Im Rahmen beider Initiativen hat sich die Telekom dazu verpflichtet, bis Januar 2014 in jeder EU-Landesgesellschaft einen Maßnahmenkatalog zu implementieren. Diese Maßnahmen umfassen unter anderem:

- Benennung eines „Child Safety Officer“, als Telekom-interner Koordinator sowie externer Ansprechpartner

- Angebot einer speziellen Website zum Online-Jugendschutz, die hilfreiche Informationen zum Thema Online-Jugendschutz bietet

- einfache und sichere Mechanismen für die Meldung schädlicher oder unangemessener Inhalte und effektive Bearbeitung dieser Meldungen

- altersgerechte Datenschutzeinstellungen in Apps der Telekom, beispielsweise für soziale Netzwerke oder Werbeeinstellungen auf Handy-Geräten

- Klassifizierung der Inhalte auf Telekom-Webseiten und in Telekom-Diensten, mindestens in den zwei Alterskategorien „nur für Erwachsene“ oder „für alle Altersstufen“

- breiteres Angebot von Diensten zur Unterstützung der elterlichen Kontrolle der Internet-Nutzung, unter anderem das Angebot von Jugendschutz-Software

- systematische Entfernung kinderpornografischer Inhalte von Servern der Telekom

- Maßnahmen und Unterstützung in der Bewusstseinsbildung von Kindern und Jugendlichen für einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Internet

GESCHÜTZTER SURFRAUM UND AUSBAU DER MEDIENKOMPETENZ.

Auch 2012 unterstützte die Telekom den geschützten Surfraum fragFINN.de, der Kindern die Möglichkeit gibt, das Netz sicher zu erkunden, ohne dabei auf ungeeignete Inhalte zu stoßen. Seit November 2012 bietet die frag FINN-App einen kindersicheren Browser für Smartphones

und Tablets an. Außerdem engagieren wir uns in verschiedenen Kooperationen wie beispielsweise „Jugend und Handy“ für den Ausbau der Medienkompetenz von Kindern und Jugendlichen. Dieses Engagement werden wir ebenfalls fortführen.

JUGENDMEDIENSCHUTZ IN PRODUKTENTWICKLUNG INTEGRIERT.

Der Schutz von Kindern und Jugendlichen vor schädlichen Medieneinflüssen ist ein wichtiger Aspekt bei der Produktentwicklung der Deutschen Telekom. Seit Ende 2009 gelten konzernweit verbindliche Designprinzipien, die nach dem Prinzip „Be responsible“ die Berücksichtigung von Jugendschutzkriterien bereits in der Entwicklungsphase von Produkten vorschreiben.

Insbesondere im Jugendmedienschutz haben die Standards und Kennzeichnungen durch die Selbstkontrolleinrichtungen wie beispielsweise die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) oder die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) eine wichtige Bedeutung. Sie geben Kindern, Jugendlichen und Erwachsenen eine Orientierungshilfe. Gerade deshalb achtet die Deutsche Telekom darauf, dass die Altersempfehlungen der Selbstkontrolleinrichtungen auf allen von der Telekom angebotenen Distributionswegen und Internet-Seiten eingehalten werden.

Web-Angebote mit altersdifferenzierten Inhalten (zum Beispiel Videoload.de) haben wir im Jahr 2012 gemäß den gesetzlichen Anforderungen und den Standards der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) freiwillig nach Altersgruppen gekennzeichnet (Selbstklassifizierung). Hierdurch schützen wir junge Nutzer vor Inhalten, die ihre Entwicklung beeinträchtigen können, und ermöglichen deren Blockierung beispielsweise durch eine entsprechende Kinderschutz Software.

SICHERHEIT IM INTERNET DURCH KINDERSCHUTZ SOFTWARE.

Die Telekom stellt allen Festnetz-Kunden eine Kinderschutz-Software zum kostenlosen Download bereit. Ergänzend haben wir im Berichtszeitraum begonnen, einen kindersicheren Browser für die mobile Internet-Nutzung via Smartphone oder Tablet-PC zu entwickeln.

Außerdem diskutierten wir 2012 im Rahmen unseres Engagements in der CEO Coalition to make the Internet a better place for kids die Themen Kontrollmöglichkeiten für Eltern sowie das Angebot von Filterprogrammen zum Jugendschutz. Anfang 2013 wird die Deutsche Telekom in diesem Rahmen konkrete Zusagen über die Implementierung von Maßnahmen machen.

INITIATIVEN UND KOOPERATIONEN ZUM SCHUTZ JUNGER USER.USERS.

Um den Kinder- und Jugendmedienschutz weiter voranzutreiben, ist ein Schulterschluss aller gesellschaftlichen Akteure unerlässlich. Daher kooperiert die Telekom in diesem Bereich eng mit Partnern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft und unterstützt in ihren Märkten zahlreiche Initiativen zum Kinder- und Jugendmedienschutz. Bereits seit 2009 nehmen wir amMultistakeholder-Dialogvon Bund und Ländern zur Entwicklung des Jugendmedienschutz-Systems in Deutschland teil undhaben in diesem Rahmen bereits verschiedene Projekte umgesetzt. Ziel des Dialogs ist die Etablierung von einheitlichen Standards und Richtlinien im Jugendmedienschutz sowie die Initiierung von Sensibilisierungs- und Kommunikationsmaßnahmen.

Seit Juli 2012 beteiligt sich die Deutsche Telekom an der Sensibilisierungskampagne „sicher online gehen – Kinderschutz im Internet“, die ebenfalls von einer breiten Allianz von Bund, Ländern und der Wirtschaft getragen wird. Ihr Ziel ist es, Bekanntheit und Nutzung von Jugendschutzprogrammen zu steigern.

Weiterhin haben wir im Berichtszeitraum im Rahmen folgender zahlreicher Initiativen und Kooperationen auf einen besseren Schutz der Heranwachsenden hingearbeitet:

Auf einen Blick:
Initiativen und Kooperationen zum Jugendmedienschutz und Internet-Sicherheit.

ICT Coalition for a Safer Internet for Children and Young People	Deutsche Telekom
European Framework for Safer Mobile Use by Younger Teenagers and Children (GSMA Europe)	Deutsche Telekom
Adolescent Health Unit (A.H.U.) of the Second Department of Pediatrics – University of Athens (P & A Kyriakou Children's Hospital)	OTE
Beirat des Projekts klicksafe.de	Telekom Deutschland
CEO Coalition to make the internet a better place for kids	Deutsche Telekom
Deutschland sicher im Netz e.V.	Telekom Deutschland
fragFINN e.V.	Telekom Deutschland
Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM)	Telekom Deutschland

Greek Awareness Centre Saferinternet.gr	OTE
	Cosmote Greece
Jugend und Handy	Telekom Deutschland
Informationszentrum Mobilfunk e.V.	Telekom Deutschland
Internet Service Providers Austria	T-Mobile Austria
Kinder sicher im Netz (gemeinsam mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. und der Kriminalprävention der Polizei von Bund und Ländern)	Telekom Deutschland
I-KiZ-Zentrum für Kinderschutz im Internet	Telekom Deutschland
Lokale Safer-Internet-Initiativen unter Schirmherrschaft der Europäischen Union	Telekom Deutschland
	T-Mobile Czech Republic
	PTC
	Slovak Telekom
Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content (GSMA)	Deutsche Telekom
NGO e-Slovensko	Slovak Telekom
Safenet	OTE
Stiftung Media Rakkers	T-Mobile Netherlands
sicher online gehen	Telekom Deutschland
Teachtoday.eu in Großbritannien, und Deutschland	Deutsche Telekom
Unterstützung des Medienkompetenzwettbewerbs „Wege ins Netz" der Bundesregierung	Telekom Deutschland

VORGEHEN GEGEN KINDERPORNOGRAFIE.

Ein rigoroses Vorgehen gegen die Darstellung von Kindesmissbrauch und dessen Dokumentation gehört zum Selbstverständnis der Deutschen Telekom als verantwortungsvolles Unternehmen.

Um solche Inhalte aus dem Internet zu verbannen, arbeitet die Telekom schon seit Längerem mit den Strafverfolgungsbehörden und den in diesem Feld engagierten NGOs in Deutschland und anderen Ländern eng zusammen. Im Jahr 2012 wurde dieses Thema auch im Rahmen der „CEO Coalition to make the Internet a better place for kids" intensiv diskutiert. Anfang 2013 hat die Deutsche Telekom in diesem Rahmen konkrete Zusagen über die Implementierung von Maßnahmen gemacht.

MAGYAR TELEKOM: SCHUTZ VON MINDERJÄHRIGEN.

Auf einer Konferenz zum Thema Internet-Sicherheit stellte Magyar Telekom im September 2012 in drei Präsentationen ihre Strategie, Richtlinien und Instrumente zum Schutz von Kindern und Jugendlichen vor. Das Unternehmen will in Zukunft eine Website zur Kindersicherheit anbieten, einen Beauftragten für Kinder- und Jugendschutz ernennen, den Datenschutz in den sozialen Medien stärken und standardisierte Prozesse für die Meldung und Entfernung unangemessener Beiträge (Notice and Takedown Policy) entwickeln und umsetzen.

SLOVAK TELEKOM: E-BOOK SENSIBILISIERT ELTERN FÜR DIE GEFAHREN DER INTERNET-NUTZUNG FÜR KINDER.

Kinder und Jugendliche sind in der virtuellen Welt am stärksten gefährdet, insbesondere, weil sie von den neuen Technologien am meisten angesprochen werden. Aus diesem Grund gab Slovak Telekom ein kostenloses E-Book heraus, das Eltern auf die Gefahren aufmerksam macht, denen ihre Kinder im Internet begegnen können. Das Unternehmen ist der Hauptpartner eines Projekts, an dem das Ministerium für Bildung, Wissenschaft, Forschung und Sport sowie andere Organisationen beteiligt sind. Das Kapitel über Mobilfunk-Nutzung wurde teilweise von Mitarbeitern der Telekom verfasst. Der Text ist kostenlos als Kindle-Download erhältlich.

SLOVAK TELEKOM: FORTSETZUNG VON SEMINAREN ZUM KINDER- UND JUGENDSCHUTZ.

Von Mai bis Oktober 2012 war Slovak Telekom an einer Kampagne zum Thema Internet-Sicherheit für Kinder beteiligt, bei der unter anderem 78 Schulen besucht wurden. Über 7 000 Kinder nahmen an diesen Seminaren für sichere Internet-Nutzung teil, die von der gemeinnützigen Organisation eSlovensko veranstaltet wurden. Im Rahmen dieser Initiative werden unterschiedliche Themen behandelt. In der Regel werden die Gefahren des Internets mit den Kindern anhand von Cartoons besprochen. Die Seminare sind interaktiv. Manchmal führen die Kinder eigene Theaterstücke zum Thema Internet-Sicherheit auf. Zusätzlich wurden 339 Lehrer darüber informiert, wie sie Kindern im Unterricht die Nutzung von Tools für die Sicherheit im Internet näher bringen können.

30 junge Studierende der Sommeruniversität Comenius wurden vom Telekom Stiftungsfonds und der Pontis-Stiftung zur Teilnahme an zwei Seminaren am Magio-Strand in Bratislava eingeladen. Eines hatte Gebärdensprache das andere die sichere Nutzung des Internets zum Thema. Slovak Telekom übernahm die Seminargebühren der Teilnehmer.

INTERNATIONALE KONFERENZ ÜBER SICHERE INTERNETNUTZUNG IN POLEN.

Die polnische Landesgesellschaft PTC war Mitveranstalter der sechsten internationalen Konferenz zum „Kinder- und Jugendschutz im Internet“, die vom 20. bis 21. September 2012 in Warschau stattfand. Mit 57 Vortragenden und knapp 600 Teilnehmern aus über 20 Ländern zog die Konferenz Experten aus ganz Europa an, die sich mit Fragen der Internet-Nutzung durch Kinder und Jugendliche befassen. Das umfangreiche Konferenzprogramm ging auf viele der Gefahren ein, denen besonders die jungen Nutzer im Internet ausgesetzt sein können. Unter anderem hielten zwei PTC-Mitarbeiter einen Vortrag über Kinder in der mobilen Welt aus der Perspektive des Netzbetreibers. Darin wurde die besondere Bedeutung von Bildung und Erziehung hervorgehoben.

KUNDENZUFRIEDENHEIT.

Die Bedürfnisse und Meinungen unserer Kunden zu berücksichtigen, gehört zu unserem Selbstverständnis als serviceorientiertes, verantwortungsvolles Unternehmen. Unseren Anspruch haben wir in den konzernweit gültigen Leitlinien verankert: Wir wollen unsere Kunden begeistern. In ihrem Sinne entwickeln wir innovative, nachhaltige Produkte mit hoher technischer Zuverlässigkeit und einfacher, intuitiver Bedienung.

Um den Dialog mit unseren Kunden zu fördern, wollen wir ihnen ermöglichen, jederzeit schnell und unkompliziert über verschiedene Kommunikationskanäle mit uns in Kontakt zu treten. Seit März 2013 sind wir der einzige Anbieter, der für alle Festnetz- und Mobilfunk-Kunden kostenlos jederzeit erreichbar ist. Dies gilt für sämtliche Service-Nummern zu Festnetz, Internet, Mobilfunk und TV. Eine zunehmend wichtige Rolle spielen dabei Online-Anfragen: Mehr als 40 Prozent aller Service-Anfragen an die Telekom Deutschland werden heute bereits über unsere übergreifenden Online-Plattformen gelöst. Indem wir die Nachfragen und Beanstandungen unserer Kunden systematisch auswerten, können wir tiefere Ursachen erkennen und Verbesserungen einleiten – und so auf unser Ziel einer signifikanten Reduktion der Beschwerden hinarbeiten.

An all unseren Standorten messen wir die Kundenzufriedenheit in systematischen Befragungen und integrieren die Ergebnisse in unsere Managementprozesse. Ein systematisches Beschwerdemanagement liefert uns außerdem wichtige Hinweise dafür, wo wir weitere Verbesserungsmaßnahmen ansetzen müssen.

VERBESSERTE BETREUUNG DURCH DAS SERVICECENTER.

Im Vergleich zu Ende 2011 verzeichneten wir Ende 2012 in den Bereichen Festnetz und Mobilfunk 20 Prozent weniger Beschwerden und Nachfragen.

Im Rahmen des Programms K1 („Kunde zuerst“) starteten wir 2012 das Projekt Beschwerdemanagement 2.0, mit dem wir die Betreuung von Kunden aus dem Privatkundenbereich Festnetz, die sich häufig bei uns melden, verbessern. Wenn Kunden innerhalb eines bestimmten Zeitraums mehrfach anrufen, übernimmt ein besonders geschulter Fallmanager die Betreuung. Er kümmert sich um die Erledigung des Falls und hält die Kunden bis dahin mit regelmäßigen Statusinformationen – zum Beispiel einem kurzen Anruf – auf dem Laufenden. Auf diese Weise konnten wir die Kundenzufriedenheit deutlich steigern. Dies wirkt sich auch auf die Ergebnisse unseres „TRI*M“ Programms zur Kundenbindung aus. In Zukunft wollen wir das Konzept Beschwerdemanagement 2.0 auch auf weitere Kundenkontaktkanäle wie zum Beispiel E-Mails und Beschwerden im Technikbereich ausweiten.

„TRI*M“ 2010-PROGRAMM ZUR KUNDENBINDUNG.

Zu unserem Selbstverständnis als serviceorientiertes, verantwortungsvolles Unternehmen gehört, dass wir als einer der weltweit führenden Anbieter von ICT-Technologie die Verantwortung dafür tragen, die Bedürfnisse und Meinungen unserer Kunden zu berücksichtigen. Deshalb misst ein unabhängiger externer Dienstleister mit systematischen Befragungen die Kundenbindung (die bei der Telekom Deutschland durchgeführte Erhebung erfolgt durch das Marktforschungsinstitut TNS-Infratest mittels der weltweit genutzten TRI*M-Methodik). Im Rahmen dieser Kundenbindungsstudie ermitteln wir mehrmals pro Jahr die Loyalität unserer Kunden gegenüber unserem Unternehmen, die sich in ihrer Gesamtheit aus den Antworten zu folgenden Fragen ableitet:

- die Beurteilung unserer Leistungsfähigkeit durch unsere Kunden,
- die Weiternutzungs- und Weiterempfehlungsabsicht und
- der Vorteil unserer Angebote im Wettbewerbsvergleich.

Die Ergebnisse werden in Form einer Kennzahl, des TRI*M-Index, dargestellt und in unsere Managementprozesse integriert. Zwischen 2011 und 2012 konnten wir die Loyalität unserer Kunden um 3,6 Prozent (Stand Dezember 2012) steigern. Dabei haben wir uns zum Ziel gesetzt, diesen Wert bis 2015 um insgesamt circa 10 Prozent zu steigern.

PROGRAMM „KUNDE ZUERST“ AUCH FÜR GESCHÄFTSKUNDEN.

Im Jahr 2011 hat die Telekom das Projekt Kontaktreduktion auf Geschäftskunden ausgeweitet und auch hier das Beschwerdemanagement im Rahmen des bereichsübergreifenden Programms K1 („Kunde zuerst“) fokussiert und weiterentwickelt. Ziel war es, den Service bei Reklamationen zu verbessern, unnötige Kundenkontakte zu vermeiden und somit die Kundenzufriedenheit im Geschäftskundenbereich dauerhaft zu steigern. Im Fokus standen vor allem die Zufriedenheitswerte bei kleineren und mittleren Unternehmen. Im Rahmen der Maßnahme konnte die Telekom die Kundenzufriedenheit beim Umgang mit Beschwerden konstant steigern. Anfang 2013 lag diese um bis zu zehn ACCI (After Call Customer Interview)-Punkte höher als Ende 2011.

Dennoch sind die Potenziale in der Beschwerdebearbeitung weiterhin groß. Darum leiteten wir 2012 im Rahmen der Initiative weitere Schritte ein. Beispielsweise starteten wir im Januar 2012 ein neues Marktforschungstool („Prozesstracking“), das erstmals relevante Geschäftsprozesse aus dem Bereich Festnetz für Geschäftskundender Telekom Deutschland kontinuierlich überwacht und anhand einheitlicher Kennzahlen bewertet. Im Gegensatz zum ACCI, das die Kundenzufriedenheit 48 Stunden nach dem Service-Kontakt über eine Marktforschung abfragt, wird dieser Wert über das Prozesstracking 14 Tage nach dem

Abschluss des Kontakts erhoben. Durch die Kombination von ACCI und Prozesstracking erhalten wir ein vollständiges Bild der Kundenwahrnehmung über die gesamte Prozesskette.

SOCIAL-MEDIA-PLATTFORM „FEEDBACK-COMMUNITY“.

Auf der neuen Social-Media-Plattform „Feedback-Community“ führen wir seit Mai 2012 alle „Telekom hilft“-Aktivitäten, die wir auf unseren entsprechenden Facebook- und Twitter-Kanälen veröffentlichen, zusammen. Nützliche Hinweise und Problemlösungen aus unseren Service-Kanälen im Social Web liegen damit erstmals gebündelt vor. 58 Telekom-Mitarbeiter initiieren und moderieren den Dialog zwischen unseren Kunden und lösen im konkreten Bedarfsfall die Service-Anliegen aus der Community. Seit dem Start haben sich bereits rund 24 000 Mitglieder registriert.

2012 haben wir über das Informationsnetzwerk Twitter rund 104 000 Tweets zu Telekom-spezifischen Themen versendet, denen rund 23 000 Follower folgen. Die Facebook-Fanpage „Telekom-hilft“ hat bereits mehr als 36 600 Fans (Stand Dezember 2012).

Führend beim Service via Social Media.

Fast alle über Social Media eingehenden Kundenanfragen werden von der Telekom beantwortet – damit ist die Telekom führend unter den deutschen Unternehmen. In der Studie AllFacebook Stats aus dem Jahr 2012 lag die Telekom mit dem Facebook-Auftritt „Telekom-hilft“ auf Platz eins von 433 untersuchten deutschen Marken. In der internationalen Gesamtwertung erreichte sie Platz fünf.

TÜV BESTÄTIGT SERVICE-QUALITÄT DER TELEKOM.

Im Rahmen der bereits seit zwölf Jahren etablierten Kundenzufriedenheitsprüfung der Telekom Service-Hotline durch den TÜV Rheinland wurden im Februar 2013 erstmals auch die Telekom Shops und der Technische Service geprüft. Die Befragung von mehr als 2 500 Kunden zu den Themen Zuverlässigkeit, Kompetenz und Freundlichkeit ergab, dass der Service der Telekom in allen drei Einheiten als gut bewertet wird. Damit konnten die beim Test neu hinzugekommenen Einheiten an das positive Ergebnis der Service-Hotline in den Vorjahren anknüpfen. Dies zeigt, dass unsere Anstrengungen zur Verbesserung des Kundenservice sich bewähren.

FORSCHUNG & INNOVATION.

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

Mit der Entwicklung intelligenter Lösungen in den Bereichen Energie, Automobile und Gesundheit hat die Telekom in den letzten Jahren neue Geschäftsfelder erschlossen. Insgesamt sollen diese bis zum Jahr 2015 rund eine Milliarde Euro Umsatz erwirtschaften. Insbesondere im Geschäftsfeld Gesundheit wollen wir mit innovativen Service-Leistungen bester Partner der Gesundheitswirtschaft werden.

AUFWAND UND INVESTITIONEN IN FORSCHUNG UND ENTWICKLUNG.

Zu unseren Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen zählen produktvorbereitende Forschung und Entwicklung, wie zum Beispiel die Suche nach alternativen Produkten, Verfahren, Systemen oder Dienstleistungen. Nicht als Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen erfassen wir im Gegensatz dazu die Aufwendungen zur Entwicklung von System- und Anwendersoftware mit dem Ziel der Produktivitätssteigerung und effektiveren IT-Unterstützung der Geschäftsprozesse.

2012 lag der Forschungs- und Entwicklungsaufwand für den Konzern mit 65,9 Millionen Euro unter dem Niveau des Vorjahres. Die Deutsche Telekom AG trägt als Konzernmutter einen Teil der Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen im Konzern. Hier liegt der Aufwand mit 52 Millionen Euro leicht über dem Vorjahresniveau von 48 Millionen Euro.

Diese Kennzahl darf jedoch nicht losgelöst von unserem Innovationsdreiklang betrachtet werden. So setzen wir hierbei auch auf neue Innovationen von außen und wollen Wachstum nicht nur aus Eigenentwicklungen, sondern auch aus Partnerschaften und Unternehmensbeteiligungen generieren. Hierfür halten wir zum Beispiel in unseren T-Ventures ein Fondsvolumen von derzeit 410 Millionen Euro zur Verfügung.

Die Investitionen des Konzerns in zu aktivierende selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte liegen bei 78,0 Millionen Euro und damit unter Vorjahresniveau. Schwerpunktmäßig betreffen diese Investitionen selbst erstellte Software, wobei der überwiegende Anteil auf unser operatives Segment Systemgeschäft entfällt. Für alle Projekte und Aktivitäten, die zu neuen Produkten und deren effizienterem Angebot an Kunden führen, arbeiteten im Berichtsjahr rund 2 400 Mitarbeiter (2011: rund 2 200). Die für unsere ergebnisorientierte Forschung und Innovation zuständigen T-Labs beschäftigen überwiegend Wissenschaftler verschiedenster Fachrichtungen.

Aufwand und Investitionen in Forschung und Entwicklung.

	2012 in Mrd. €	2011 in Mrd. €	2010 in Mrd. €	2009 in Mrd. €	2008 in Mrd. €
Forschungs- und Entwicklungsaufwendungen	**65,9**	121,4	145,6	205,5	172,4
Investitionen in zu aktivierende selbst erstellte immaterielle Vermögenswerte	**78,0**	122,4	162,2	232,5	413,6

ZENTRALER INNOVATIONSBEREICH T-LABS.

Die T-Labs sind der zentrale Forschungs- und Innovationsbereich der Deutschen Telekom. Ihr Auftrag ist es, in enger Zusammenarbeit mit den operativen Einheiten des Konzerns neue Impulse zu setzen und Unterstützung bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Produkte, Dienste und Infrastrukturen für seine Wachstumsfelder zu leisten.

T-Labs hat sechs Bereiche, die sogenannten Innovationsfelder:

- Internet & Services
- New Media
- Cross-domain Middleware
- IT & Cloud
- Convergent Networks & Infrastructure
- Emerging Ecosystems

THEMEN DER T-LABS.

Die Forschungs- und Entwicklungsarbeit der T-Labs reicht von der Entwicklung interaktiver und weltweit verfügbarer Mediendienstleistungen über die Virtualisierung der IT-Infrastruktur im Rahmen der Entwicklung des Cloud Computing bis zur großräumigen IT-Infrastrukturverbesserung. Im Jahr 2012 wurden unter anderem folgende Themen bearbeitet:

- **Intelligente Assistenzsysteme:** Die T-Labs waren Koordinator des 2012 abgeschlossenen Forschungsprojekts „SmartSenior“ des Bundesministeriums für Bildung und Forschung. Ziel war es, älteren Menschen mithilfe von intelligenten Assistenzsystemen möglichst lange ein selbstbestimmtes Leben in den eigenen vier Wänden zu ermöglichen. Im Rahmen des Projekts entwickelten die T-Labs ein innovatives Home Gateway , das den Zugang zu Altersgerechten Assistenzsystemen für ein gesundes und unabhängiges Leben (AAL-Diensten) sicherstellt und hilft, bisher getrennte Dienste über eine einheitliche Infrastruktur verfügbar und für ältere Menschen einfach nutzbar zu machen.

- **Lastadaptiver Netzbetrieb:** Der an den aktuellen Verbrauch angepasste sogenannte lastadaptive Netzbetrieb ist energieeffizient und ressourcenschonend. Insbesondere im Zeichen der zunehmenden Nutzung regenerativer Energiequellen gewinnen Netze, die über intelligente Steuerung flexibel zwischen Angebot und Nachfrage vermitteln können, eine neue Bedeutung. Im Rahmen des Projekts „DESI“ entwickeln die T-Labs daher den ursprünglich für die reine Notstromversorgung gedachten lastadaptiven Netzbetrieb weiter.

- **IT-gestütztes Verkehrsmanagement:** In Kooperation mit der Hamburg Port Authority, SAP und T-Systems entwickeln die T-Labs im Projekt „Smart Port Logistics“ ein IT-gestütztes Verkehrsmanagement, mit dem sich der Warenfluss auf Basis ständig aktualisierter Informationen zu Frachtaufträgen und der aktuellen Verkehrslage optimieren lässt.

- **Kommunikations- und Übersetzungsgerät für Taubblinde:** Der Prototyp des **Mobile Lorm Glove** der T-Labs wandelt das Lorm-Alphabet – ein Kommunikationsmittel für Menschen mit ausgeprägter Hör- und Sehschwäche – in digitalen Text um und umgekehrt. Das Lorm-Alphabet besteht aus Druckpunkten auf der Handinnenfläche, die einzelne Buchstaben repräsentieren; diese werden beim Lormen angetippt. Mithilfe eines mit Sensoren ausgestatteten Handschuhs (Lorm Glove) werden diese Nachrichten in Text umgewandelt und an mobile Geräte oder Computer übertragen. Eingehende Textnachrichten werden wiederum über Vibration an den Handschuhträger gelormt.

Darüber hinaus gründeten die T-Labs im Jahr 2012 ein neues Tochterunternehmen der Telekom: Trust2Core ermöglicht hochsichere Mobilkommunikation. Weitere Gründungen sind in Vorbereitung.

BAHNBRECHENDE ENTWICKLUNGEN IN DER UNGARISCHEN T-CITY SZOLNOK.

Vor mehr als drei Jahren wurde in Szolnok das Projekt T-City ins Leben gerufen. Dessen Ziel ist es, Konzepte für innovative Dienste und Produkte für Privat- und Geschäftskunden in Ungarn zu entwickeln. In den ersten Jahren des Projekts wurden zahlreiche Neuentwicklungen innerhalb der T-City eingeführt. Dank der Möglichkeit, die Produkte und Dienste vor der landesweiten Einführung dort zu erproben, kann Magyar Telekom diese noch genauer an die Kundenerwartungen anpassen.

„FUTURISTA“.

Im Rahmen des 2012 angekündigten zweijährigen Programms FUTURISTA, das im Januar 2013 begann, lud Magyar Telekom 20 Haushalte in Szolnok ein, neue Produktentwicklungen vor deren Markteinführung zu testen. Die Teilnehmer wurden gebeten, ihre Erfahrungen in Fragebögen oder persönlichen Gesprächen zu beschreiben, damit das Unternehmen seine Produkte und Lösungen genau auf die Bedürfnisse der Kunden ausrichten kann.

Intelligente City Card.
Eine anspruchsvolle Smartcard-Lösung, die 2012 initiiert wurde, integriert alle zuvor separat verfügbaren Kartenfunktionen in einer einzigen Karte. Über 2 500 Testkarten sind bereits im Umlauf. Jeder Bürger der Stadt kann die Karte in den verschiedensten Bereichen des täglichen Lebens nutzen, beispielsweise als Schulkarte und Schülerausweis im Rahmen des einheitlichen ungarischen Schulkartensystems, zur Erfassung der Arbeitszeiten am Arbeitsplatz oder als intelligente Fahrkartenlösung im öffentlichen Nahverkehr. Die City Card eröffnet damit neue Möglichkeiten für die Zukunft, beispielsweise als mobiles Zahlungsmittel, nutzungsbasiertes Abrechnungssystem für öffentliche Verkehrsmittel oder für weitere Lösungen im Bereich der Nahfeldkommunikation (NFC).

Mobile City-App – Weiterentwicklung des virtuellen Stadtführers.
Die erweiterte Version der mobilen City-App , die bisher als virtueller Stadtführer für Szolnok mit aktuellen Informationen über alle Sehenswürdigkeiten der Stadt genutzt werden konnte, berücksichtigt jetzt vielfältige Wünsche der Nutzer und bietet verbesserte Funktionen mit praktischen Hinweisen zum täglichen Leben in der Stadt. Die kostenlose App ist bereits über 8 500 mal heruntergeladen geworden. Die Nutzer werden über alle Kultur-, Sport- und Bildungsprogramme der Stadt informiert und können ihrerseits die städtischen Behörden per SMS über Aktivitäten, Straßenschäden, Beschädigungen und mehr informieren. Darüber hinaus können die kommunalen Behörden Benachrichtigungen an die Bürger senden. Auch Facebook ist in die mobile City-App integriert.

Optimiertes Energiemanagement.
In zwei weiterführenden Schulen und im Bürgermeisteramt wurde der Energieverbrauch überwacht, um deren Potenzial für Energieeinsparungen zu ermitteln. Experten von Magyar Telekom erarbeiteten anschließend Vorschläge für die Optimierung des Energieverbrauchs in diesen Einrichtungen.

Smart Metering .
Im Rahmen eines 2012 eingeleiteten Pilotpogramms mit einem strategischen Partner aus dem Energiesektor will Magyar Telekom ein umfassendes Smart-Metering-System für das Zähler-, Netz- und Zählerdatenmanagement aufbauen. Dazu installiert der Energieversorger intelligente Stromzähler in 1 000 Haushalten, die für die sehr unterschiedlich strukturierten ländlichen und städtischen Stromnetze im Gebiet Szolnok repräsentativ sind. Bis Ende 2012 wurden die ersten 500 Stromzähler in den Haushalten installiert. Damit erhält der Energieversorger Kosten-Nutzen-Analysen und umfassende Informationen über das Energieverbrauchsprofil jedes Haushalts. Die an dem Pilotversuch teilnehmenden Haushalte haben ihrerseits den Vorteil, dass sie ihren Energieverbrauch über das Webportal von Magyar Telekom überwachen können.

Optimierung der öffentlichen Beleuchtung.
Seit 2012 testet Magyar Telekom verschiedene Technologien, die der Stadtverwaltung helfen sollen, ihren Energieverbrauch zu senken.

Überwachung der Wasserqualität.
Im August 2012 installierte Magyar Telekom ein ausschließlich mit erneuerbarer Energie betriebenes Überwachungssystem für Wasserqualität. Das System ist rund um die Uhr in Betrieb (außer in den kalten Wintermonaten) und überprüft verschiedene Parameter der Wasserqualität. Die Öffentlichkeit kann die Ergebnisse in Echtzeit über ein Web-portal einsehen.

CityGuard.
Das in einem Vorort von Szolnok installierte Straßenüberwachungssystem ENOTO geht auf die Besorgnisse der Bewohner bezüglich der städtischen Sicherheit ein und soll ihre Sicherheitslage verbessern. Mit der installierten Technik können rund um die Uhr ohne menschlichen Eingriff die polizeilichen Kennzeichen aller aus beliebigen Richtungen kommenden Fahrzeuge identifiziert und Fotos von Fahrzeugen angefertigt werden. Damit spielt das System eine entscheidende Rolle bei der Verbrechensaufklärung.

ICT-Kompetenz für Menschen jeden Alters.
Magyar Telekom bietet den Bürgern von Szolnok zwei kostenlose Programme an, um sie für den sicheren Umgang mit der modernen ICT-Technik fit zu machen: die Internet Academy, die sich hauptsächlich an Senioren richtet, und T-City Kids, ein ICT-Bildungsprogramm für Acht- bis Elf-Jährige. Die Programme der Internet Academy nutzten bereits mehr als 300 Teilnehmer. Über 1 200 Kinder nahmen bisher an T-City Kids teil.

ERSTER PILOTVERSUCH MIT MOBILER BEZAHLUNG PER NFC IN KROATIEN.

Die Nahfeldkommunikation (NFC) ist eine innovative und sichere Technologie für schnelle, bargeldlose Zahlungen per Handy. T-HT Hrvatski Telekom begann 2012, die NFC-Technologie in einem Pilotversuch zu erproben, und ermöglichte es 200 Mitarbeitern, mit NFC-fähigen Mobiltelefonen in ausgewählten Geschäften zu bezahlen.

SMART GRID & SMART METERING.

Der Einsatz von Wind- und Solarenergie stellt die Energieversorger vor große Herausforderungen: Die Wechselhaftigkeit von Wind und Sonne beeinflusst die Stromerzeugung; die Spannung im Netz muss hingegen stabil bleiben, um Stromausfälle zu vermeiden. Zudem produzieren immer mehr private Haushalte selbst Strom, etwa mit kleinen Blockheizkraftwerken oder Photovoltaikanlagen. Um diese dezentrale Erzeugung mit dem Verbrauch im Gleichgewicht zu halten, müssen die Energieflüsse mithilfe moderner ICT intelligent gesteuert werden. Es bedarf also eines „intelligenten" Stromnetzes (Smart Grid).

Damit ein Smart Grid funktioniert, sind Millionen von Daten in Echtzeit notwendig, die darüber Aufschluss geben, wann und wo wie viel Strom gebraucht und produziert wird. Durch intelligente Zähler, sogenannte Smart Meter, wird die dafür notwendige Transparenz bereitgestellt. Gemeinsam mit Stadtwerken und den großen Energieversorgern führen wir verschiedene Projekte im Bereich Smart Metering und Smart Grid durch.

SMART GRID UND GREEN ICT BEI T-LABS.

In mehreren Forschungs- und Entwicklungsprojekten arbeiten die T-Labs intensiv an Möglichkeiten zur flexiblen lastadaptiven Steuerung des Kommunikationsnetzes. Beispiele sind die Projekte „LOLA" (Load-adaptive Networks & LANs) und „DESI" (Durchgängig energiesensible ICT-Produktion). So ermöglichen integrierte Speicherelemente, den Energiebezug je nach Bedarf flexibel zu gestalten. Außerdem besteht die Möglichkeit, die Transportleistung verschiedener Netzbereiche durch das flexible Ab- und Zuschalten einzelner Netzkomponenten an die jeweils nachgefragte Menge an Datentransfers anzupassen und auf diese Weise Energie zu sparen. Perspektivisch besteht auch die Möglichkeit, durch eine ICT-gestützte bedarfsgerechte Steuerung der Stromnachfrage einen Beitrag zur Stabilisierung der Energieversorgungsnetze zu leisten.

Im Oktober 2012 haben der Energiedienstleister EnBW, der Technologiekonzern ABB und die Deutsche Telekom die erste automatische Ortsnetzstation im bayrischen Wechingen in Betrieb genommen. Diese in Kompaktbauweise erstellte Einheit ermöglicht es, die Spannung im Ortsnetz an die von erneuerbaren Energieträgern erzeugte Strommenge anzupassen. Beispielsweise werden, wenn am Wochenende weniger Strom benötigt wird, einzelne Erzeugungsanlagen automatisch abgeschaltet. So lässt sich vermeiden, dass die Netzspannung unzulässig steigt. Die automatische Ortsnetzstation ist ein wichtiger Baustein für ein Smart Grid auf Niederspannungsebene und macht den ansonsten notwendigen Ausbau des Starkstromnetzes in Teilen überflüssig.

INTELLIGENTE STROMZÄHLER: SMART METERING.

Im Berichtsjahr installierte die Telekom im Auftrag der RWE 15 000 Smart Meter in Mülheim. Gemäß dem dritten EU-Binnenmarktpaket aus dem Jahr 2009 sollen bis 2020 mindestens 80 Prozent der Kunden ihren Stromverbrauch mithilfe von Smart Metern transparent ablesen können und durch die zeitnahe Darstellung der Verbrauchsdaten für Energiesparmaßnahmen motiviert werden.

Die Daten aus der Verbrauchsmessung werden von der Telekom aufbereitet und unter Beachtung hoher Datensicherheits- und Datenschutzanforderungen über eine Smart-Metering-Plattform an den jeweiligen Energieversorger übertragen. Im Gegensatz zur manuellen Datenerfassung durch Ablesen birgt Smart Metering ein deutlich geringeres Fehlerpotenzial bei gleichzeitig verschlanktem Erfassungsprozess und verkürzter Bearbeitungszeit. Der für eine intelligente Nachfragesteuerung nötige hohe Auslesetakt ist darüber hinaus nur technisch zu bewältigen. Mit der Anbindung von mehr als 100 Zählertypen von rund 20 verschiedenen Herstellern ist die Smart-Metering-Plattform der Telekom technologisch sehr ausgereift und damit effizient und kostengünstig. Das Projekt „Mülheim zählt" ist mit insgesamt 100 000 Zählern das größte Testfeld für Smart Metering in Deutschland.

NEUES PROJEKT MIT INTELLIGENTEN STROMZÄHLERN IN TSCHECHIEN.

Bei dem Projekt werden neue Technologien für Smart Metering getestet und die entsprechenden Daten direkt an den Energieversorger und dessen Datenverarbeitungssysteme übertragen. Die Vorbereitungen begannen bereits 2011. Die eigentliche Umsetzung erfolgte jedoch erst 2012 mit der Installation bei dem großen Energieversorgungsunternehmen ČEZ, a.s. in Pardubice. Derzeit wird außerdem über einen Vertrag mit E.ON und RWE verhandelt.

CONNECTED CAR.

Wirtschaftliche Treiber wie Wettbewerbsdruck, Effizienzsteigerung und Kostenreduktion in der Automobilindustrie und im Flottenbetrieb, aber auch der Wunsch des Konsumenten nach Erhöhung der Sicherheit und Integration seines mobilen Lebensstils ins Fahrzeug erfordern neue Lösungen und Geschäftsmodelle rund um das vernetzte Fahrzeug. Diese Entwicklungen treibt die Deutsche Telekom mit zahlreichen Innovationen aktiv voran. Dazu gehören unter anderem „Machine to Machine"(M2M)- und Breitbandkommunikation für Assistenzsysteme und Cloud-basierte Echtzeitdienste, neue Mobilitätskonzepte und intelligente Transportsysteme, bei denen Umwelt- und Sicherheitsaspekte im Vordergrund stehen.

KONZERNGESCHÄFTSFELD VERNETZTES FAHRZEUG.

Damit das Internet und Online-Anwendungen auch während der Fahrt zur Verfügung stehen, verbindet die Telekom den Bordcomputer von Fahrzeugen mit der Cloud. Zu den Übertragungskanälen gehören Mobilfunk-Technologien wie UMTS, HSDPA und GPRS.

Das Konzerngeschäftsfeld Vernetztes Fahrzeug der Deutschen Telekom hat sich im Berichtszeitraum auf vier Märkte konzentriert:

Autohersteller: Markendifferenzierung und Kundenbindung in der Automobilindustrie erfolgen zunehmend durch Online-Services. Die Telekom unterstützt die Autohersteller und -händler bei der Bereitstellung, Integration und dem Betrieb von automotive-spezifischen Cloud-Services (Car Cloud), beispielsweise für Verkehrsverbünde in Großstädten, bei denen verschiedene öffentliche Verkehrsmittel sowie angeschlossene Carsharing-Initiativen über ein elektronisches Kombiticket genutzt werden können. Auch bei Prozessen für das Online-Kundenmanagement in Marketing und Vertrieb unterstützt die Telekom die Automobilindustrie.

Logistikdienstleister: Die Optimierung von Auslastungen und Routen sowie die Vermeidung von Leerfahrten erfordern eine Verfolgung von Fahrzeugen und Waren in Echtzeit. Die Telekom integriert alle Akteure im Logistikverbund auf einer modernen Telematikplattform.

Flottenbetreiber: Durch den Einsatz von Telematik im Fahrzeug- und Fahrermanagement können eine höhere Effizienz, Transparenz sowie eine verbesserte Ökobilanz insbesondere für gewerbliche Flotten erreicht werden. Die Telekom stellt entsprechende Telematiklösungen in Verbindung mit effizienten Kunden- und Produktprozessen bereit. Im Bereich Carsharing-/Rental-Flotten können Telematikdienste die Fahrzeuganmietung und -nutzung erleichtern und die Attraktivität von Carsharing-Diensten dadurch steigern.

Kunden: Die Synchronisation des Smartphones mit dem Bordcomputer im Fahrzeug ermöglicht die verkehrssichere Nutzung privater Kommunikation, sozialer Netzwerke und persönlicher Daten aus der Cloud während der Fahrt. Eine nahtlose Integration von Fahrzeugen in neue Mobilitätskonzepte wie Carsharing mittels telematikbasierter Technologien fördert zudem die ökologische Mobilität. Darüber hinaus engagiert sich die Deutsche Telekom im Bereich Elektromobilität und Mobilitätskonzepte. Ein Beispiel ist das Projekt „Vernetzte Mobilität" in Friedrichshafen, bei dem die verkehrstechnische, kommunikative und energetische Vernetzung von Elektromobilen getestet wird.

TELEMATIKANWENDUNG FÜR TRANSPORTUNTERNEHMEN.

Gemeinsam mit MAN hat T-Systems 2010 eine Telematikanwendung für Logistikdienstleister und Flottenbetreiber entwickelt und im Berichtszeitraum mit dem europaweiten Roll-out begonnen. Sie erfasst alle relevanten Fahrzeugdaten, wertet sie aus und übermittelt sie an ein Portal. Über dieses können die Betreiber unter anderem das Fahrprofil ihrer Fahrer analysieren, den nächsten Wartungszeitpunkt bestimmen oder mit dem Fahrer kommunizieren. Aktuelle Fahr- und Sensordaten von Kühltransporten werden live überwacht und die Fahrer per Smartphone alarmiert, wenn die Temperatur der Fracht ansteigt.

GRÜNE TELEMATIKANWENDUNGEN SENKEN SCHADSTOFFAUSSTOSS.

Studien belegen, dass sich durch Telematikanwendungen die Treibstoffkosten und CO2-Emissionen von Flottenbetreibern um rund 10 Prozent senken lassen. Die Telekom engagiert sich hier in unterschiedlichen Projekten. So hat sie beispielsweise im Jahr 2012 für den Flottenbetreiber Telekom MobilitySolutions eine App – den T-Systems Mobility Manager – entwickelt, der elektronische Fahrzeugdaten sammelt und sie an eine zentrale Datenbank in der T-Systems Cloud überträgt. Dort werden sie nahezu in Echtzeit ausgewertet und mit Daten aus dem System wie aktuellen Preisinformationen der Tankstellen in der Nähe des aktuellen Standorts zusammengeführt. Neben Smart Tanken zählen auch Smart Parken und EcoDrive, ein Hinweisdienst zum umweltfreundlichen Fahren, zu den Service-Leistungen des Mobility Managers.

E-HEALTH.

Vernetzte Dienstleistungen können von hohem gesellschaftlichem Wert sein. Ein gutes Beispiel dafür ist die Telemedizin, die hilft, Kosten in der Gesundheitsversorgung zu senken. Darüber hinaus bietet sie ein breites Spektrum an Erleichterungen für Patienten und medizinisches Personal – das reicht vom mobilen Zugriff auf die elektronische Patientenakte über die sichere Ferndiagnose und -behandlung bis hin zur sekundenschnellen Übermittlung von Laborbefunden.

MIT DEM IPAD ZUR VISITE.

In Kooperation mit der Berliner Charité projektiert die Telekom seit 2012 eine mobile Anwendung für Ärzte, die mithilfe einer App den lesenden Zugriff auf relevante Patienteninformationen mobil über einen Tablet-PC ermöglicht. Die App verbindet den Tablet-PC mit den Krankenhausinformations- und weiteren wie Labor- oder bildgebenden Systemen. Verschiedene administrative und technische Maßnahmen, wie eine verschlüsselte Datenübertragung, gewährleisten den Datenschutz. So können Ärzte unter anderem die Vitaldaten ihrer Patienten jederzeit ortsunabhängig einsehen oder dem Patienten am Krankenbett mithilfe des Tablet-PCs Behandlungsabläufe erläutern. 2012 begannen Ärzte der Klinik für Neurologie am Campus Charité Mitte, die mobile elektronische Patientenakte im Pilotbetrieb zu testen.

Im Berichtsjahr trieb die Telekom auch die Entwicklung zahlreicher weiterer innovativer Anwendungen für das Gesundheitssystem voran:

Digitaler Arztausweis.
Auch der digitale Arztausweis von T-Systems ermöglicht eine sichere Vernetzung von Ärzten und Krankenhäusern ohne große Investitionen. Ärzte können sich damit in verschiedene Online-Portale einloggen oder Dokumente rechtsgültig unterschreiben und per E-Mail verschlüsselt versenden.

Multimediasystem fürs Krankenzimmer.
Ein vielfältig nutzbares Multimediasystem für Patienten in Krankenhäusern und Rehabilitationseinrichtungen sowie Bewohner von Seniorenresidenzen hat die Telekom 2012 mit dem Multimediasystem „Entertain am Krankenbett“ auf den Markt gebracht. Neben unterschiedlichen Möglichkeiten zum Abruf von Filmen, TV-Serien oder E-Books lässt sich über das System auch ein Service-Ruf starten und die Haustechnik überwachen. Die Thin-Client-Lösung, bei der alle Anwendungen auf einem zentralen Rechner laufen, spart zudem rund 80 Prozent Stromkosten gegenüber Hardware-Lösungen.

TELEMEDIZINISCHE ANWENDUNGEN FÜR PATIENTEN.

Auch im Bereich Telemedizin hat die Telekom eine Vielzahl unterschiedlicher Anwendungen für verschiedene Patientengruppen entwickelt.

Prävention per E-Health.
Das von Leipziger Hausärzten entwickelte Präventionsprogramm „Health Watchers“ zur kontinuierlichen Überwachung des Gesundheitszustands von Bluthochdruckpatienten und Diabetikern wird von der Telekom unterstützt. Im Rahmen einer Bluthochdruckbehandlung werden beispielsweise laufend Gewicht und Blutdruck der Patienten gemessen und die Daten in die elektronische Patientenakte übertragen. Anschließend veranschaulicht der Arzt den Genesungsprozess durch die grafische Auswertung der Daten. So lassen sich Patienten leichter dazu motivieren, die Veränderung ihres Lebensstils konsequent fortzuführen. Bei Diabetikern hingegen ermöglicht die lückenlose Kontrolle der Daten eine bessere Einstellung der Medikamente und verringert somit die Zahl der Folgeerkrankungen. Außerdem entwickelte die Telekom in Kooperation mit der Central Krankenversicherung im Berichtszeitraum eine Online-Plattform, die Diabetikern hilft, die Zusammenhänge zwischen Ernährung, Bewegung im Alltag und Anstieg beziehungsweise Absinken des Blutzuckerspiegels besser zu verstehen. Kern der Plattform ist ein elektronisches Tagebuch, in das laufend aktuelle Daten des Patienten übermittelt werden – beispielsweise über einen Schrittzähler und ein an das Smartphone angeschlossenes Blutzuckermessgerät. Die Plattform gibt den Patienten Rückmeldung über die gesundheitlichen Auswirkungen ihres Verhaltens und soll so letztlich ein gesundheitsförderndes Verhalten unterstützen.

Rettungswagen für Schlaganfallpatienten.
Gemeinsam mit der Deutschen Telekom untersuchen die Berliner Charité und weitere Partner seit 2012 den Einsatz eines auf die vorklinische Behandlung von Schlaganfällen spezialisierten Rettungswagens. Dieser verfügt über einen Computertomografen und eine telemedizinische Vernetzung. Anhand vor Ort erfasster Daten erstellen Radiologen und Neurologen der Charité eine genaue Diagnose und leiten den Rettungsmediziner zur am besten geeigneten weiterbehandelnden Klinik. Die Deutsche Telekom versendet die Daten verschlüsselt und mit höchster Priorität, auch eine begleitende Videokommunikation in HD-Qualität ist möglich.

COSMOTE: FORSCHUNGSPROJEKT „GERYON1“.

Cosmote war 2012 an dem Forschungsprojekt „GERYON1“ beteiligt. Ziel dieses Projekts ist die Entwicklung einer Kommunikationsinfrastruktur, die in Notfällen durch einen umfassenden Informationsaustausch (Standortdaten, Fotos, Video usw.) eine schnellere Identifizierung und Ortung der Beteiligten sowie einen schnelleren Einsatz der Rettungsteams ermöglicht.

„MYSUGR“ – APP FÜR DIABETESKRANKE.

Anlässlich des Weltdiabetestags am 14. November 2012 startete T-Mobile Austria eine Kooperation mit dem österreichischen Start-up „mySugr“. Die österreichische Firma hat eine App für Diabeteskranke entwickelt, die wie ein Spiel aufgebaut ist. Die Nutzer sammeln mit dem Speichern der Werte der von ihnen verzehrten Mahlzeiten und bestimmter Aktivitäten Punkte und lösen Aufgaben. Damit hilft die App den Nutzern, einen schnellen Überblick über die Reaktion ihres Blutzuckers zu erhalten und ihre Therapie spielerisch zu verbessern. Ein zusätzliches Projekt richtet sich insbesondere an diabeteskranke Kinder.

GESELLSCHAFT.

Neben der Bereitstellung der notwendigen ICT-Infrastruktur trägt die Telekom durch ihr vielfältiges gesellschaftliches Engagement dazu bei, möglichst vielen Menschen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft zu ermöglichen. Grundlage für dieses Engagement ist unser Selbstverständnis, als aktiver Teil der Gesellschaft einen Beitrag zu ihrem Wohl zu leisten. Dabei handeln wir stets im Einklang mit unserer CR-Strategie und den darin definierten Handlungsfeldern. Unter dem Leitsatz „Wir leben Verantwortung.“ setzen wir uns in zahlreichen eigenen Initiativen ebenso wie als Unterstützer gemeinnütziger Organisationen für unser gesellschaftliches Umfeld ein.

ENGAGEMENT@TELEKOM.

Der schnelle technologische Wandel unserer Gesellschaft bietet viele Chancen. Er birgt aber auch ein Risiko für den gesellschaftlichen Zusammenhalt. Darum muss es uns als verantwortungsvollem Unternehmen auch darum gehen, möglichst vielen die Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft zu sichern. Diesem Ziel haben wir uns im Rahmen unserer CR-Strategie im Handlungsfeld „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ verschrieben. Um Menschen in unterschiedlichen Lebensphasen und -situationen zu erreichen, haben wir unser gesellschaftliches Engagement breit angelegt und unter dem Dach unseres Programms „engagement@telekom“ zusammengefasst.

Inhaltlicher Schwerpunkt der Aktivitäten unter dem Dach von engagement@telekom im Berichtszeitraum waren die Themen Corporate Giving und Corporate Volunteering. In diesem Rahmen starteten wir verschiedene Projekte zur Förderung der Medienkompetenz. So informierten wir beispielsweise Schüler zu den Themen Datenschutz und -sicherheit, schulten behinderte Menschen im Umgang mit dem Handy oder veranstalteten Aktionen zum Europäischen Jahr des aktiven Alterns und der Solidarität zwischen den Generationen.

Im Rahmen der internationalen Zusammenarbeit mit den Landesgesellschaften war engagement@telekom eines der Schwerpunktthemen im Jahr 2012. Bei den CR-Manager-Netzwerk-Treffen im April in Bonn und im November in Wien standen jeweils mehrstündige Workshops und ein Best-Practice-Austausch zur Umsetzung von Corporate Volunteering und Corporate Giving auf dem Programm. Dazwischen arbeitete das Netzwerk an der Einführung einheitlicher Kennzahlen zu dem Thema.

CORPORATE VOLUNTEERING & CORPORATE GIVING.

Die Telekom unterstützt und fördert das ehrenamtliche Engagement ihrer Beschäftigten (Corporate Volunteering) und nutzt die positiven Effekte von Einsätzen im Team auch gezielt in der Personalentwicklung. Zudem engagieren wir uns weltweit mit Unternehmensspenden (Corporate Giving), um die Arbeit gemeinnütziger Organisationen zu ermöglichen, das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter zu honorieren und in Katastrophensituationen schnelle Hilfe zu leisten. Häufig bieten wir unseren Mitarbeitern die Gelegenheit, über den Spendenzweck mitzuentscheiden, wie zum Beispiel 2012 über die Verwendung der Spendenbeträge aus der diesjährigen Weihnachtsaktion. Auch über die Verwendung der Malusbeträge, mit denen sich die Nutzer CO_2-intensiver Fahrzeuge aus der Dienstwagenflotte an den höheren Mobilitätskosten und der höheren Umweltbelastung beteiligen müssen (vgl. Green Car Policy), entschieden in diesem Jahr die Mitarbeiter.

CORPORATE-VOLUNTEERING-PROGRAMM IN DEUTSCHLAND.

Unter dem Dach des Programms „engagement@telekom“ fördern wir das ehrenamtliche Engagement unserer Mitarbeiter und setzen dafür auch eine Internet-Plattform ein. Neben Informationen über bestehende Projekte, an denen man sich beteiligen kann, besteht die Möglichkeit, eigene Projekte vorzuschlagen und Unterstützer hierfür zu suchen. Darüber hinaus können dort Fördergelder für ehrenamtliches Engagement beantragt werden. Zahlreiche Mitarbeiter nutzten dieses Angebot: Bis Ende 2012 wurden mehr als 300 Projekte beziehungsweise Projektanträge und Anfragen nach Unterstützern gefördert. engagement@telekom unterstützt diese Projekte mit bis zu 250 000 Euro pro Jahr.

Über unser Intranet-Werkzeug „Mosaik des Ehrenamts“ können Beschäftigte zudem ihre ehrenamtlichen Aktivitäten vorstellen und über ihre Motivation für Engagement berichten. Bis Ende 2012 standen dort 158 Einträge. Am Tag des Ehrenamts wurde aus dem Mosaik das Wort „DANKE“ gebildet und das Mosaik in der internen Kommunikation entsprechend eingesetzt. Darüber hinaus haben wir dem Bundesnetzwerk Bürgerschaftliches Engagement das Mosaik-Werkzeug zum zehnjährigen Jubiläum zur Verfügung gestellt. Dort wird es als Engagement-Mosaik genutzt.

Integration in die Aus- und Weiterbildungsprogramme.
Im Jahr 2012 baute die Telekom ihre Corporate-Volunteering-Aktivitäten unter dem Dach von engagement@telekom weiter aus und integrierte Corporate Volunteering noch stärker in die Aus- und Weiterbildungsprogramme. Auch in diesem Jahr engagierten sich zahlreiche unserer rund 9 300 Auszubildenden und dual Studierenden für einen guten Zweck. Um das Engagement unserer Auszubildenden zu würdigen, prämieren wir jährlich das wirkungsvollste Projekt im Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“. Bei der Siegerehrung im Februar 2013 belegte ein Team aus Rottweil den ersten Platz für die Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen zur barrierefreien Gestaltung von drei Telekom Shops in der Region.

Auszeichnung für gelebte Verantwortung.
2012 belegten erneut zahlreiche Auszeichnungen die Qualität des gesellschaftlichen Engagements der Telekom. So erhielt die Telekom im Juni 2012 den international renommierten „Ethical Corporation Award 2012“ des Online-Magazins Ethical Corporation für den Erfolg der Handy-Recycling-Aktion von 2011 zugunsten von „Ein Herz für Kinder“. Außerdem wurde sie vom DRK-Blutspendedienst für ihre langjährige Unterstützung mit den „Helfenden Händen“ ausgezeichnet und erhielt zudem 2012 bereits zum dritten Mal den Tafelteller des Bundesverbands Deutsche Tafel. Doppelt ausgezeichnet wurde das bereits beim internen Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!“ ausgezeichnete Projekt „SOS-Kinderdorf“, das beim regionalen Wettbewerb des Deutschen Bürgerpreises in der Kategorie U21 für Teilnehmer unter 21 Jahren ebenfalls den ersten Preis gewann.

BESONDERE ANLÄSSE FÜR FREIWILLIGES ENGAGEMENT.

Auch 2012 gab es für unsere Mitarbeiter wieder zahlreiche besondere Anlässe, sich zu engagieren. So unterstützte die Telekom die Woche des bürgerschaftlichen Engagements des Bundesnetzwerks Bürgerschaftliches Engagement (BBE) vom 24. September bis 3. Oktober 2012 sowie den Internationalen Tag des Ehrenamts am 5. Dezember 2012.

Woche des bürgerschaftlichen Engagements.
In die Woche des bürgerschaftlichen Engagements des BBE vom 24. September bis 3. Oktober 2012 fiel in diesem Jahr auch der dritte konzernweite Tag der Leitlinien, an dem die Unternehmenswerte der Telekom mit Leben gefüllt werden sollen. Zahlreiche Beschäftigte in ganz Deutschland nutzten die Gelegenheit, um Partnerorganisationen der Telekom mit ihrem Engagement zu unterstützen. So spendeten beispielsweise Auszubildende aus Saarbrücken 350 Euro aus einer Button-Verkaufsaktion an die Deutsche Knochenmarkspenderdatei. In Berlin verbrachten Telekom-Azubis im Rahmen der Woche des bürgerschaftlichen Engagements gemeinsam mit Mitarbeitern des Ministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend sowie Angestellten der Zeitarbeitsfirma Randstad einen Tag im Projekt „BolleKids“ des Vereins Straßenkinder e.V. in Berlin-Marzahn. In Bonn wiederum führten Telekom-Mitarbeiter einen Handy-Workshop für Bewohner von Einrichtungen der Lebenshilfe durch und im Bonner Stadtwald unterstützten Telekom-Teams die Stadtförsterei dabei, den Wald winterfertig zu machen.

Die gemeinsame Aktion der Telekom und des BBE im Rahmen der Woche des bürgerschaftlichen Engagements wurde am Stakeholder-Tag „Staat und Wirtschaft“ des BBE am 10. Dezember 2012 als Best Practice vorgestellt. Im Rahmen ihrer Mitgliedschaft beim BBE unterstützt die Telekom seit Juli 2012 zudem das Projekt „Netzwerkentwicklung des BBE“, mit dem die vorhandenen Ressourcen und Potenziale des Netzwerks noch besser mobilisiert und nutzbar gemacht werden sollen.

Internationaler Tag des Ehrenamts.
Den Internationalen Tag des Ehrenamts am 5. Dezember 2012 nutzte die Telekom, um ihren Mitarbeitern Anregungen zu diesem Thema zu geben und bereits engagierte Beschäftigte zu würdigen. In der Bonner Zentrale stellten Vertreter von Partnerorganisationen die Aktivitäten ihrer Organisation und die Kooperation mit der Telekom in Deutschland vor. Vertreten waren unter anderem die DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei, die Bonner Tafel und das Aktionsbündnis Deutschland Hilft sowie die Telekom Stiftung. In einer Ausstellung wurden zudem zahlreiche Engagements von Mitarbeitern präsentiert. Der Personalchef der Telekom Deutschland, Dietmar Welslau, ehrte zehn „Lebensretter“, deren Knochenmarkspende 2012 jeweils einem Leukämiepatienten die Chance auf ein neues Leben geschenkt hatte. Außerdem trafen zwei Mitarbeiter der Telekom im Rahmen des Internationalen Tags des Ehrenamts die Empfänger ihrer Spende – einen vierjährigen Jungen und einen 65-jährigen Mann.

Ebenfalls im Rahmen des Aktionstags spendeten Mitarbeiter der Telekom hochwertige haltbare Lebensmittel an die Bonner Tafel. Der Konzern hatte seine Beschäftigten vorab zu Spenden für bedürftige Menschen der Region aufgerufen, die am 5. Dezember abgegeben werden konnten.

14 829 MITARBEITER ENGAGIEREN SICH.

Unter dem Dach des Programms „engagement@telekom“ engagierten sich im Jahr 2012 insgesamt 14 829 Mitarbeiter ehrenamtlich bei 380 Social Days. Sie unterstützten Kindergärten oder Schulen, führten Aktionen zur Steigerung der Medienkompetenz durch, nahmen an Typisierungsaktionen der Deutschen Knochenmarkspenderdatei DKMS teil oder engagierten sich für die Umwelt. Im Anschluss ergeben sich häufig längerfristige Kooperationen und regelmäßige gemeinsame Aktivitäten.

So strichen beispielsweise im April acht Telekom-Mitarbeiter die Klassenräume einer Schule im Rhein-Sieg-Kreis und im Mai unterstützten zwölf Telekom-Führungskräfte die Mitarbeiter der Tafel in Dortmund. Auch im Rahmen unserer langjährigen Partnerschaft mit der Lebenshilfe fanden wieder verschiedene Aktionen statt. Beispielsweise gestalteten Mitarbeiter der Telekom im Rahmen von Social Days den Garten und die Terrasse in einem Wohnheim für geistig behinderte Menschen neu. Viele weitere Projekte wurden darüber hinaus von Mitarbeitern in Eigenregie initiiert und durchgeführt. Auch in den Landesgesellschaften engagierten sich die Mitarbeiter in zahlreichen Projekten.

Mitarbeitereinbindung im Bereich Umwelt und Klima.
Andere Aktionen zahlen auf das Thema Umwelt- und Klimaschutz ein: So halfen im Mai 2012 rund 70 Führungskräfte in einem Waldgebiet in der Nähe von Heide bei der Pflanzung von Eichen, Buchen und Birken und im Oktober pflanzten Mitarbeiter der Telekom unter Anleitung der Biologischen Station Rhein-Sieg neue Obstbäume im Siebengebirge.

FREIWILLIGES ENGAGEMENT AUF BREITER EBENE WELTWEIT.

Ehrenamtliche Arbeit hat im Konzern Deutsche Telekom seit Langem Tradition. Diese Tradition wurde auch im Berichtsjahr fortgesetzt.

Gesellschaftliches Engagement in Ungarn.
Im Juni 2012 nahmen rund 200 Mitarbeiter der Landesgesellschaft Magyar Telekom mit ihren Familien am Freiwilligentag teil. Insgesamt beteiligten sich bis Ende 2012 596 Mitarbeiter an sieben Freiwilligenprojekten. Mit insgesamt 4 622 geleisteten Arbeitsstunden belief sich der monetäre Wert auf 21,7 Millionen Forint (74 366 Euro). Im Rahmen der Freiwilligeneinsätze wurden Kindergärten renoviert, Abfälle gesammelt und die Organisation eines Festivals unterstützt. Dabei wurden beispielsweise ein Fahrradstand gebaut sowie Tische und Stühle aus Recyclingmaterial hergestellt.

Im Rahmen des ungarischen Programms „Digital Bridge“, das Menschen in entlegenen Regionen die Nutzung moderner Informations- und Kommunikationstechnik ermöglicht und damit einen Beitrag gegen die digitale Spaltung der Gesellschaft leistet, nahm Magyar Telekom am Kunstfestival in Kapolcs teil, das vom 27. Juli bis 5. August 2012 stattfand. 23 Mitarbeiter des Unternehmens beteiligten sich an der Bereitstellung von Internet-Zugängen und halfen den Besuchern während der Veranstaltung.

Slowakei: Gründung eines Freiwilligennetzwerks.
Im Jahr 2012 gründete T-Systems Slovakia ein eigenes Freiwilligennetzwerk. An den zahlreichen Aktivitäten waren insgesamt 113 Mitarbeiter beteiligt. So wurden im Frühjahr 2012 Arbeitseinsätze in einem Hundeheim geleistet und im Juni 2012 zahlreiche Veranstaltungen der Initiative „Unsere Stadt“ beispielsweise durch Baumpflanzungen und die Renovierung von Gebäuden unterstützt. Außerdem wurden im Dezember 2012 Blutspendeaktionen unterstützt, ein Waggon für die Kindereisenbahn Košice saniert, ein Nikolaustag für bedürftige Kinder organisiert und Sachspenden für Familien in Not gesammelt.

Die Landesgesellschaft Slovak Telekom organisierte im Berichtszeitraum einen freiwilligen Wochenendeinsatz in der Hohen Tatra. Rund 50 Mitarbeiter beteiligten sich dort an Straßenräumungen in einem Naturschutzgebiet. Sie setzten damit das seit 2004 bestehende Engagement in der Hohen Tatra fort.

Nationaler Tag der Naturparks in Bulgarien.
Die bulgarische Landesgesellschaft Globul unterstützte den jährlichen Tag der Naturparks. Über 2 200 motivierte Helfer sammelten mehr als 10 Tonnen Abfall in den Naturparks des Landes.

„Ein Traum wird wahr" in Albanien.
„Ein Traum wird wahr" ist das Motto eines Teambildungs- und Gemeinschaftsprogramms für Mitarbeiter von AMC, der albanischen Tochtergesellschaft des Konzerns OTE. Im Rahmen dieses Programms begannen Mitarbeiterteams 2012 mit der Umsetzung von Betreuungs- und Förderprogrammen in zahlreichen Kinderbetreuungseinrichtungen, die innerhalb einer begrenzten Zeit und mit begrenztem Budget verwirklicht wurden. Aufgabe der Teams war es, sinnvolle Lösungen für Probleme in den ausgewählten Einrichtungen zu entwickeln, um die Lebensbedingungen und Entwicklungsmöglichkeiten der Kinder vor Ort zu verbessern. Dazu wurden drei Teams mit 13 bis 14 AMC-Mitarbeitern gebildet, die jeweils einer Einrichtung zugewiesen wurden. Der Großteil der Arbeiten wie Maler-, Montage-, Auf- und Abbauarbeiten wurde außerhalb der Arbeitszeit direkt von den Teammitgliedern geleistet.

Zudem organisierte AMC eine Strandsäuberung in Spille, Kavaja. 150 Mitarbeiter nahmen daran teil und wurden zusätzlich von Freunden oder Familienmitgliedern unterstützt. An einer Baumpflanz- und Aufräumaktion im Dezember 2012 beteiligten sich 50 AMC-Mitarbeiter.

Stiftung T-Mobile for Macedonia unterstützt humanitäre Projekte.
Die Stiftung T-Mobile for Macedonia war im Berichtszeitraum an den folgenden humanitären Projekten beteiligt:

- Bereits im zehnten Jahr in Folge nahmen Mitarbeiter von T-Mobile Macedonia und Makedonski Telekom an der Neujahrskampagne „Novogodishen Karavan" teil. In der letzten Dezemberwoche organisierten sie Spiele und verteilten Weihnachtspäckchen, die sie selbst gepackt hatten, an 1 000 bedürftige Kinder im ganzen Land.

- Zudem nahmen Mitarbeiter von T-Mobile Macedonia und Makedonski Telekom im Jahr 2012 erneut am „Humanitären Riesenslalom" teil. Ihre Teilnahmegebühren wurden der Hilfsorganisation Give Us Wings gespendet, die sich für Menschen mit Behinderungen, seltenen Krankheiten und besonderen Bedürfnissen engagiert.

Freiwilligentag in Kroatien.
Die kroatische Auslandsgesellschaft T-HT Hrvatski Telekom organisierte im Berichtsjahr einen Freiwilligentag, an dem mehr als 80 Mitarbeiter beteiligt waren. Dabei leistete jeder Mitarbeiter einen vierstündigen Arbeitseinsatz zur Sanierung eines Spielplatzes für einen Kindergarten mit rund 200 Kindern. Das Unternehmen unterstützte das Projekt mit einer Spende in Höhe von 3 500 Euro.

„Huddle Up" bei T-Mobile USA.
Das landesweite Freiwilligenprogramm „Huddle Up" von T-Mobile USA richtet sich vor allem an Kinder alleinerziehender Eltern in benachteiligten städtischen Gebieten. Sie sollen mit anderen Menschen in ihrer Nachbarschaft in Kontakt gebracht werden und eine positive Nachmittagsgestaltung kennenlernen. Im Berichtszeitraum wurden zehn „Huddle Up"-Tage von T-Mobile USA organisiert. Außerdem wurden von Juni bis September 2012 im Rahmen des Programms Schulen, Gemeindeeinrichtungen sowie Jungen- und Mädchenvereine im Land durch Verschönerungsarbeiten und Geldspenden unterstützt. Insgesamt nahmen 1 650 Mitarbeiter von T-Mobile USA an den gemeinnützigen Arbeiten teil und leisteten dabei rund 13 200 Arbeitsstunden. Zusätzlich wurden Spenden in Höhe von 40 000 US-Dollar überreicht.

Gemeinnützige Projekte in der Tschechischen Republik.
T-Systems Czech Republic unterstützt zahlreiche Projekte in Städten, in denen das Unternehmen vertreten ist. Mitarbeiter können Vorschläge einreichen und abstimmen, welche Organisationen unterstützt werden sollen. Im Berichtszeitraum nahmen 67 Mitarbeiter – rund 10 Prozent der Belegschaft – an den unterschiedlichsten Aktivitäten teil. Sie pflanzten Bäume in allen Städten, in denen T-Systems Czech Republic Niederlassungen unterhält, halfen Gehörlosen, älteren Menschen und Kindern, organisierten ein gemeinnütziges Fußballturnier und Spendenaktionen in Prag, unterstützten ein Kinderprojekt in Brno halfen mit IT-Unterstützung und einer Spendenaktion in České Budějovice und unterstützten Grundschullehrer in Mladá Boleslav durch Supportleistungen und IT-Schulungen.

625 Mitarbeiter von T-Mobile Czech Republic nahmen am Freiwilligenprogramm „Ein Tag für Menschen in Not" teil. Im Rahmen dieses Programms können sich die Mitarbeiter einen Tag lang für eine gemeinnützige Organisation ihrer Wahl engagieren – bei vollem Gehalt. Häufig geben sie dabei ihr Know-how an Mitarbeiter aus diesen Organisationen weiter.

CR-Intranet-Seite hält Mitarbeiter auf dem Laufenden.
Eine Intranet-Seite der Landesgesellschaft T-Systems Iberia berichtet über ausgewählte Freiwilligenprogramme der Mitarbeiter und Solidari-

tätsaktionen und veröffentlicht Hilfeaufrufe im Not- oder Katastrophenfall. Im Jahr 2012 wurden Berichte über zwei gemeinnützige Projekte veröffentlicht. Die Initiative „Operacion Kilo“, bei der unter anderem Lebensmittel an Bedürftige gespendet werden, wird von einem Mitarbeiter von T-Systems Iberia organisiert. Ein weiterer Mitarbeiter von T-Systems Iberia unterstützt das Projekt „Turkana“. Ziel dieses Projekts ist es, die Gesundheits- und Ernährungssituation von 800 Kindern unter sechs Jahren in zwölf Einrichtungen in der kenianischen Region Turkana zu verbessern.

Recycling von Kugelschreibern für Adiflor.
Die Zusammenarbeit mit der Organisation Adiflor ermöglicht die Ausstattung von Schulen in Kamerun. Mitarbeiter von T-Systems France sammeln verbrauchte Kugelschreiber zum Recycling. Der Erlös daraus geht an Adiflor und wird zur Unterstützung der Schulen verwendet. Das Recyclingprojekt ist gleichzeitig ein gutes Beispiel für ökologische Nachhaltigkeit. T-Systems France pflegt eine enge Beziehung zu Adiflor. Das Unternehmen hat beispielsweise eine Anzeige der Organisation im Unternehmensmagazin Best Practice veröffentlicht, das an alle Kunden verteilt wird.

„1,000 Days for Charity“ in Großbritannien.
Mitarbeiter von T-Systems haben die Möglichkeit, sich einen Tag pro Jahr für eine gemeinnützige Organisation ihrer Wahl zu engagieren. Dazu wurde ein einfaches Buchungssystem konzipiert, in dem die gemeinnützigen Einsatztage anwenderfreundlich erfasst werden. Die Mitarbeiter können zudem im Intranet von T-Systems in Blogs über ihren Freiwilligeneinsatz berichten. Bis heute wurden 19 gemeinnützige Organisationen in Großbritannien unterstützt, teilweise auch von mehreren Mitarbeitern.

WEIHNACHTSAKTIONEN FÜR EINEN GUTEN ZWECK IN POLEN UND ÖSTERREICH.

Weihnachten ist traditionell eine Zeit des Schenkens. Das gilt auch für die Mitarbeiter der Deutschen Telekom, wie die folgenden Beispiele zeigen.

PTC, die polnische Gesellschaft der Deutschen Telekom, spendete bereits zum elften Mal einen Betrag von rund 35 000 Euro an Hilfsorganisationen, die sich für Kinder aus schwierigen Familienverhältnissen oder aus sozial benachteiligten Wohngegenden einsetzen. Im Oktober und November 2012 nahmen 90 Mitarbeiter mit ihren Kindern an Kunst- und Bastelworkshops teil. Dabei entstanden 60 handgemachte Stofftiere sowie 40 Kunstgegenstände und andere selbst gemachte Objekte. Diese wurden anschließend in der ersten Dezemberhälfte 2012 im Rahmen einer wohltätigen Weihnachtsauktion versteigert. Dabei konnten Mitarbeiter auch „Dienstleistungen“ versteigern, beispielsweise ein kostenloses Abendessen oder einen Abend als Babysitter. Rund 1 000 Mitarbeiter nahmen an der Auktion teil und PTC verdoppelte die erzielten Erlöse.

Weihnachtsaktion in Kooperation mit DEBRA.
Zu Weihnachten 2012 hat T-Mobile Austria auf Geschenke an Geschäftspartner und Mitarbeiter verzichtet und unterstützte stattdessen das Engagement der Selbsthilfeorganisation DEBRA Austria für „Schmetterlingskinder“. „Schmetterlingskinder“ nennt DEBRA Menschen, deren Haut aufgrund einer schweren Krankheit so verletzlich ist wie die Flügel eines Schmetterlings: Schon bei geringsten Belastungen bildet die Haut schmerzhafte Blasen oder reißt ganz.

Zusätzlich tourte in der Weihnachtszeit erstmals ein mobiler T-Mobile-Punschstand durch Österreich, dessen Spendenerlös von über 5 000 Euro den Betroffenen zugute kommt. Die Spendengelder sowie die Unternehmensspende helfen bei der Entwicklung eines Therapieansatzes für die schwere Hautkrankheit EB (Epidermolysis bullosa).

NEUE SPENDENRICHTLINIE UND MITARBEITERSPENDEN.

2011 haben wir die Spendenrichtlinie mit Blick auf die CR-Strategie überarbeitet und dafür Ende November 2011 vom Gesamtvorstand die Zustimmung erhalten. Die Richtlinie regelt die Spendenaktivitäten unseres Unternehmens und bildet damit die Grundlage für unsere Aktivitäten im Bereich Corporate Volunteering und Corporate Giving bei „engagement@telekom“. Über das Programm engagement@telekom stellt die Telekom in Deutschland jährlich insgesamt 250 000 Euro an Spendenmitteln für gemeinnützige Organisationen, in denen sich Telekom-Mitarbeiter engagieren, zur Verfügung.

Mitarbeiter spenden für Bedürftige.
Darüber hinaus starten unsere Mitarbeiter zahlreiche eigene Spendenaktionen. Insgesamt 27 karitative Einrichtungen in Deutschland erhielten im Jahr 2012 eine Spende vom Telekom-Kundenservice als Unterstützung für ihre Arbeit. Die Geschäftsleitung hatte den Mitarbeitern die Möglichkeit gegeben, in ihrer Region eine selbst gewählte soziale Einrichtung zu unterstützen. Bundesweit stand den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Kundenservice eine Gesamtspendensumme von 40 000 Euro zur Verfügung. Die Spenden gingen unter anderem an die Deutsche Krebshilfe, das Kinder- und Jugendhospiz Bethel, die Vestische Kinder- und Jugendklinik Datteln und den Verein für krebskranke Kinder Hannover e.V.

Mitarbeiter der Telekom Shop Gesellschaft haben im Jahr 2012 erstmals pro generiertem Absatz einen festgelegten Betrag an eine gemeinnützige Organisation überwiesen – so kamen 30 000 Euro zusammen. Zudem spendeten Mitarbeiter der Telekom nach einem Fest ihre Ein-

nahmen in Höhe von rund 6 000 Euro an Bonner Kindergärten, andere nahmen mit einem Kuchenverkauf zugunsten der „Ich kann was!"-Initiative 752 Euro ein.

Viele Mitarbeiterspenden gingen auch an die Deutsche Knochenmarkspenderdatei (DKMS), mit der die Telekom eine langjährige Partnerschaft verbindet. So spendeten Mitarbeiter in Oldenburg nach einem Mitarbeiterfest ihre Einnahmen in Höhe von 3 030 Euro und Auszubildende in Berlin 500 Euro an die DKMS. Bei einer von der Telekom im Rahmen von engagement@telekom gesponserten Radtour von Bonn nach Portugal erradelte ein Mitarbeiter mit seiner Familie 3 600 Euro Spendengelder für die DKMS.

GELDSPENDEN UND ZEIT FÜR BEDÜRFTIGE.

Konzernweit halfen Gesellschaften der Deutschen Telekom Menschen in Not mit Geldspenden. Auch Mitarbeiter unterstützten Bedürftige in den Gemeinden vor Ort mit Geld und praktischer Hilfe.

Großspenden an griechische Hilfsorganisationen.
Im 13. Jahr in Folge spendete Cosmote einen Teil der Erlöse, die mit Neujahrsgrüßen per SMS und MMS erzielt wurden, an Hilfsorganisationen, die sich für Kinder einsetzen. Mit der SMS- & MMS-Neujahrsgrußaktion wurden Spenden in Höhe von 320 000 Euro erzielt, die auf neun Organisationen aufgeteilt wurden.

Bereits im zehnten Jahr in Folge spendete OTE einen Teil der Erlöse aus Telefonanrufen an bestimmten Tagen während der Weihnachtszeit 2012. Drei NGOs, darunter eine Organisation mit zehn gemeinnützigen Einrichtungen, erhielten einen Gesamtbetrag von 230 000 Euro.

Spenden von Kunden und Mitarbeitern an gemeinnützige Organisationen in Polen.
Die polnische Gesellschaft PTC setzte die Kooperation mit gemeinnützigen Organisationen in Polen fort und bietet einen speziellen SMS-Dienst, mit dem Kunden Projekte durch Spenden unterstützen können. Im Jahr 2012 arbeitete PTC mit 20 Organisationen zusammen. Die Kunden von PTC spendeten im letzten Jahr rund eine Million Euro. SMS-Spendenaktionen werden für die NGOs kostenlos durchgeführt. Die Spenden der Kunden gehen stets zu 100 Prozent an die Begünstigten.

Im Rahmen der Unternehmenskampagne „Gemeinsam helfen" können Mitarbeiter Projekte ihrer Wahl durch Geldspenden unterstützen, wobei die Spende direkt vom Gehalt abgezogen wird und der Stiftung United Way Poland zufließt. 2012 erzielte das Unternehmen damit eine Spendensumme von mehr als 20 000 Euro. Mit dieser Initiative konnten PTC und die Mitarbeiter einen wesentlichen Beitrag zur Finanzierung von über 60 verschiedenen Projekten der Stiftung United Way Poland unterstützen.

PC- und Notebook-Spenden in Tschechien.
In Tschechien spendete T-Systems drei Desktop-PCs und ein Notebook an eine Gehörlosenorganisation. Mit dem Ziel, den Unterricht durch neue Multimediaprojekte zu verbessern, gingen 15 Desktop-PCs an die Říčany u Prahy High School und 20 Desktop-PCs sowie 20 Notebooks an die Mladá Boleslav School. Weitere zwölf Desktop-PCs erhielt die Bernartice-Grundschule, die ihren Schülern damit einen modernen Unterricht anbieten kann.

Spendeninitiativen in Ungarn.
Selbst gebackene Plätzchen verkauften Mitarbeiter von Magyar Telekom und Mitglieder des vom Unternehmen gegründeten Sustainability Media Club im Dezember 2012. Den dabei erzielten Erlös verdoppelte Magyar Telekom und übergab den Gesamtbetrag von 6 037 695 Forint (über 20 000 Euro) der Stiftung SOS-Kinderdorf. Das Spendengeld wird zur Finanzierung eines Therapieraums in einer Einrichtung der Stiftung in Kecskemét verwendet.

Magyar Telekom rief 2012 drei Spendenaktionen ins Leben, die sich auf bestimmte Themen mit besonderer Relevanz für das gesellschaftliche Leben in Ungarn konzentrieren: „Nachhaltige Städte", „Starke Gemeinden" und „Nachhaltige Bildung". Mit der Spenden-Hotline gibt Magyar Telekom Menschen die Möglichkeit, Anliegen zu unterstützen, die ihnen wichtig sind.

Globul: Größter Unternehmensspender in Bulgarien.
Die bulgarische Gesellschaft Globul stellte ihr soziales Engagement im Berichtszeitraum erneut eindrucksvoll unter Beweis. Das Spendenaufkommen war so groß, dass Globul als größter Unternehmensspender Bulgariens in zwei Kategorien ausgezeichnet wurde: „Größter Spendenbetrag" und „Großzügigster Spender". Globul investierte im vergangenen Jahr über 500 000 Euro in Programme und Initiativen mit den Schwerpunkten Umweltschutz, Bildung und soziale Entwicklung.

Schokoladenauktion in der EJR Mazedonien für sehbehinderte Jugendliche.
Pozitivo, die Stiftung T-Mobile for Macedonia und Tea Moderna organisierten die dritte Schokoladenauktion in Skopje. 400 Gäste nahmen daran teil und gaben Gebote für einzigartige Schokoladenexponate ab, die speziell für diese Veranstaltung hergestellt wurden. Die Einnahmen aus der Auktion wurden für die Sanierung der Dimitar-Vlahov-Schule verwendet, einer Schule für sehbehinderte Kinder und Jugendliche in Skopje. Die Stiftung T-Mobile for Macedonia spendete insgesamt 5 000 Euro für die Auktion und weitere 3 000 Euro für Blindenschriftmaschinen. Zusätzliche 5 000 Euro konnten durch die Schokoladenauktion und eine Versteigerung von Bildern eingenommen werden. Damit erhielt die Dimitar-Vlahov-Schule insgesamt Spenden in Höhe von 13 000 Euro.

„Gemeinsam sind wir stärker“: Die jährliche Spendenkampagne in Kroatien.
„Gemeinsam sind wir stärker“ – unter diesem Motto veranstaltet T-HT Hrvatski Telekom jedes Jahr eine Spendenkampagne. Dabei werden +die Mitarbeiter des Unternehmens aufgerufen, geeignete Projekte vorzuschlagen. Die besten Projekte werden in Einklang mit den CR-Handlungsfeldern „Vernetztes Leben und Arbeiten“, „Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ und „Klimafreundliche Gesellschaft“ ausgewählt und anschließend beispielsweise über TV-Werbespots und soziale Netzwerke einer breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht.

Die Kampagne startete Anfang Mai 2012 mit einem Aufruf an die Mitarbeiter, in den folgenden zwei Monaten geeignete Projekte vorzuschlagen. Aus den insgesamt 125 eingereichten Vorschlägen wurden schließlich 20 Projekte ausgewählt. Die TV-Kampagne zu diesen Projekten startete im Dezember 2012 und lief bis Mitte Januar 2013.

Österreichische Landesgesellschaften sammeln für AIDS LIFE und Wiener Tafel.
Am 19. Mai 2012 richtete T-Mobile Austria bereits zum dritten Mal eine landesweite Spenden-Hotline zugunsten des Vereins AIDS LIFE ein. Der damit erzielte Erlös unterstützt eine „Life-Ball-Spendenkampagne“ zugunsten der Clinton Health Access Initiative (CHAI). Sie zielt darauf ab, die Anzahl der HIV-Neuinfektionen von Babys in Uganda und Sambia bis 2015 so weit wie möglich zu reduzieren.

Der Life Ball ist eine Benefizveranstaltung für den Kampf gegen HIV und Aids in Wien. Seit vier Jahren unterstützt T-Mobile Austria die Veranstaltung als Hauptsponsor und wird das Engagement auch 2013 fortsetzen.

Im Sinne von „I am T – Count on me“ unterstützt T-Systems Austria den Verein Wiener Tafel bereits seit 2010. Der Verein sammelt Konsumgüter aus Industrie und Handel, die wegen kleiner optischer Mängel nicht mehr für den Verkauf bestimmt sind, und bringt sie dorthin, wo sie am dringendsten benötigt werden – zu mehr als 9 000 sozial benachteiligten Menschen in 80 sozialen Einrichtungen wie Obdachlosenherbergen, Flüchtlingshäusern oder Mutter-Kind-Heimen. Täglich werden bis zu 3 Tonnen hochwertiger „Über-Lebensmittel“ ausgeliefert. Dazu sind fünf Lieferwagen mit bis zu zehn ehrenamtlichen Fahrern im Einsatz. Im Jahr 2012 sammelte T-Systems Austria Flohmarktwaren, die auf dem größten Wiener Flohmarkt zugunsten der Wiener Tafel verkauft wurden. An vier Terminen wurden insgesamt 1 323 Euro erlöst. Damit versucht die Wiener Tafel, einen Teil der Treibstoffkosten für das Jahr 2013 zu decken.

T-Systems Malaysia: Flohmarkt für gemeinnützige Zwecke
Im Juli 2012 organisierten Mitarbeiter von T-Systems Malaysia einen dreitägigen Flohmarkt für gemeinnützige Zwecke. Durch den Verkauf von selbst gemachten Keksen, Kuchen, verschiedenen Reis- und Nudelgerichten sowie von Taschen, Büchern, Ballons und vielen anderen Gegenständen wurde ein Erlös von 11 124 Ringgit (2 799 Euro) erzielt. Der Erlös wurde zu 100 Prozent einer malaysischen Hilfsorganisation für Schwerkranke und bedürftige Menschen übergeben, die davon Rollstühle und andere medizinische Bedarfsartikel für Bedürftige in vielen Krankenhäusern Malaysias beschafft.

MILLIONEN-LAUF UND WEITERE AKTIONEN ZUGUNSTEN VON „EIN HERZ FÜR KINDER“.

Fit bleiben und dabei Gutes tun – diese Idee stand hinter der Aktion „Millionen-Lauf“, mit der die Telekom von Oktober bis Dezember 2012 eine Million Euro Spendengelder zugunsten von „Ein Herz für Kinder“ erwirtschaftete. Über eine kostenlose App konnte sich jeder als Teil-nehmer registrieren, um das gemeinsame Ziel, im Aktionszeitraum eine Million Kilometer zu laufen, zu unterstützen. Bundesweit registrierten sich mehr als 41 000 Teilnehmer. Damit war der Millionen-Lauf der bisher größte Charity-Lauf Deutschlands. Pro gelaufenen Kilometer spendete die Telekom einen Euro an die Aktion „Ein Herz für Kinder“. Über die Kampagnenwebsite konnten sich die Teilnehmer täglich über den aktuellen Kilometerstand informieren und so zusätzlich motivieren. Auch die Bundesliga-Stiftung unterstützte die Aktion: Jeder Kilometer, den die Profis aller Clubs vom 8. bis zum 16. Spieltag auf dem Rasen zurücklegten, ging auf das Konto der Telekom-Initiative. Insgesamt kamen auf diese Weise rund 20 000 Kilometer zusammen, für die die Bundesliga-Stiftung jeweils noch einen Euro zusätzlich spendete. Auch die Spieler des FC Bayern und der Telekom Baskets Bonn sowie die Boxweltmeister Vitali und Wladimir Klitschko engagierten sich für den Millionen-Lauf.

Weitere Aktionen zugunsten von „Ein Herz für Kinder“.
Auch mit weiteren Aktionen unterstützte die Telekom 2012 „Ein Herz für Kinder“.

- Im Rahmen der Fußball-Europameisterschaft 2012 spendeten wir für jedes Tor der deutschen Nationalmannschaft 10 000 Euro – insgesamt 100 000 Euro.

- Beim internationalen Telekom-Mitarbeiterturnier „World Cup United“ anlässlich der Fußball-EM 2012 traten 19 Teams aus 13 Ländern in Krakau gegeneinander an. Die Telekom spendete pro erzieltes Tor 100 Euro an „Ein Herz für Kinder“-Projekte in Polen und der Ukraine. Insgesamt wurden 169 Tore erzielt und die Spendensumme von der Telekom auf 20 000 Euro aufgerundet.

- Am Kapitalmarkttag für Investoren und Finanzanalysten verzichtete die Telekom auf Geschenke für die Teilnehmer. Stattdessen wurden 2 000 Euro für „Ein Herz für Kinder“ gespendet.

Insgesamt spendete die Telekom 2012 1,2 Millionen Euro an die Aktion „Ein Herz für Kinder“. Das Geld wurde im Rahmen einer ZDF-Spendengala überreicht, bei der zudem mehrere Hundert Mitarbeiter der Telekom ehrenamtlich Spendenanrufe entgegennahmen

Handy-Recycling-Aktion von 2011 ausgezeichnet.
Für ihre Handy-Recycling-Aktion von 2011, bei der die Telekom im Rahmen einer Deutschland-Wette eine Spendensumme von 1,5 Millionen Euro durch das Einsammeln von rund 600 000 Alt-Handys generierte, wurde die Telekom im Juni 2012 mit dem international renommierten „Ethical Corporation Responsible Business Award“ ausgezeichnet. Sie erreichte den ersten Platz in der Kategorie „Best Consumer Engagement“. Die Telekom ist das einzige internationale ICT-Unternehmen, das in einer der 13 Kategorien einen Preis erzielte.

HOHE SPENDEN DURCH SPENDENLÄUFE IN EUROPA.

Spendenläufe zählen zu den beliebtesten Fundraising-Aktivitäten – sie verbinden Spaß und Fitness mit einem guten Zweck.

- Im November 2012 nahmen 510 Mitarbeiter von OTE und Cosmote am 30. Athens Classic Marathon teil oder liefen die Fünf- oder Zehnkilometerstrecke. Cosmote sagte zu, für jeden gelaufenen Kilometer eine bestimmte Summe an eine öffentliche Kinderbetreuungseinrichtung in Athen zu spenden. Bei dieser Aktion wurden Spendengelder in Höhe von insgesamt 27 000 Euro erzielt. Davon werden 27 000 Mahlzeiten für Kinder aus 600 bedürftigen Familien in 47 Athener Grundschulen finanziert.

- In Ungarn organisierte Magyar Telekom einen Spendenlauf zugunsten eines SOS-Kinderdorfs mit Mitarbeitern, die am Vivicittá-Lauf in Budapest teilnahmen. Als Basis für die Spendenhöhe wurden die gelaufenen Kilometer der Mitarbeiter ermittelt und mit 100 ungarischen Forint multipliziert.

- In Polen beteiligten sich Mitarbeiter von PTC an der Aktion „T-Mobile rund um die Welt“, die im Juli und August 2012 stattfand. Die Höhe der Spendengelder richtete sich nach der Strecke, die laufend oder mit dem Rad zurückgelegt wurde. Dabei legten 300 Mitarbeiter insgesamt 92 000 Kilometer zurück und brachten es damit auf eine Spendenhöhe von rund 20 000 Euro.

- Das Freiwilligenwochenende von Slovak Telekom fand im letzten Jahr im Rahmen der „Europäischen Woche der Mobilität“ statt. Die slowakische Landesgesellschaft motivierte ihre Mitarbeiter, noch einen Schritt weiter zu gehen: Im Rahmen eines Preiswettbewerbs wurde ermittelt, wer von den teilnehmenden Mitarbeitern in diesen drei Wochen die weiteste Strecke zurücklegte. Das Unternehmen sagte eine Spende für ein Aufforstungsprojekt zu, deren Höhe sich nach der von den Mitarbeitern zurückgelegten Strecke richtete. Dazu konnten Mitarbeiter ein spezielles Pedometer bestellen, das ihre Schritte über eine Smartphone-App zählte. Insgesamt legten die Mitarbeiter des Unternehmens rund 15 Millionen Schritte zurück, was einer Distanz von etwa 10 300 Kilometern entspricht. Die Mitarbeiter, die die größten Strecken erreichten, wurden zudem mit attraktiven Preisen belohnt. Dank dieser Laufleistung wird Slovak Telekom 2013 rund 600 Bäume in der Hohen Tatra pflanzen.

- Am 11. März 2012 unterstützte T-Systems France einen Spendenlauf in Blagnac. Die erzielten Spenden kamen der Hilfsorganisation Mécénat Chirurgie Cardiaque Enfants du Monde zugute. Diese humanitäre Organisation ermöglicht Kindern mit Herzerkrankungen, die in ihren Heimatländern aus finanziellen oder medizinischen Gründen nicht behandelt werden können, eine ärztliche Behandlung in Frankreich.

PARTNERSCHAFTLICHES ENGAGEMENT.

Bei der Umsetzung ihres gesellschaftlichen Engagements legt die Telekom einen Schwerpunkt auf langfristige Kooperationen: Mit unterschiedlichen Organisationen wie der Nummer gegen Kummer, der TelefonSeelsorge, der Lebenshilfe oder der Deutschen Knochenmarkspenderdatei DKMS verbinden uns langjährige Partnerschaften. Unsere Mitarbeiter spielen dabei eine wichtige Rolle: Sie setzen sich regelmäßig ehrenamtlich für einen guten Zweck ein, kooperieren mit Organisationen vor Ort oder leisten mit Spenden finanzielle Unterstützung. Zahlreiche Mitarbeiter engagieren sich in Mentoring-Programmen oder bringen ihre Kompetenzen an Schulen ein. Die verschiedenen Initiativen werden gebündelt unter dem Dach des Programms „engagement@telekom“.

PARTNERSCHAFT MIT DER DKMS.

Seit Beginn der Kooperation mit der DKMS Deutsche Knochenmarkspenderdatei gGmbH im Jahr 1994 wurden 197 Betriebstypisierungen und eine Weihnachtsspendenaktion durchgeführt und 7 465 Telekom-Mitarbeiter haben sich mittlerweile typisieren lassen. Die Summe der finanziellen Zuwendungen für Typisierungsmaßnahmen liegt über 410 000 Euro.

Auch 2012 fanden wieder 34 Typisierungsaktionen an 29 Standorten der Telekom in Deutschland sowie erstmalig auch in Polen statt. Insgesamt 1 293 Mitarbeiter ließen sich 2012 neu in die DKMS aufnehmen. Im Oktober 2012 ließ sich der 7 000ste Mitarbeiter der Telekom in Gelsenkirchen registrieren. Dank der Stammzellspenden von 64 deutschen Beschäftigten erhielten Erkrankte eine neue Chance auf Leben. Die „Lebensretter“ des laufenden Jahres werden alljährlich am 5. Dezember im Rahmen des Tags des Ehrenamts für ihr Engagement geehrt. 2014 wird das 20-jährige Jubiläum der Kooperation gefeiert. Unser Ziel ist es, im Jubiläumsjahr die Marke der 10 000 potenziellen Telekom-Lebensretter zu erreichen.

HOHE BEREITSCHAFT ZU BLUTSPENDEN.

Seit 1985 unterstützt die Deutsche Telekom die Blutspendeaktionen beim Deutschen Roten Kreuz (DRK). In Deutschland wurden seitdem mehr als 330 Aktionen an verschiedenen Standorten durchgeführt. Dabei konnten weit über 18 000 Blutspenden entgegengenommen werden. Als Dank für das jahrzehntelange soziale Engagement zur Unterstützung der Blutspende beim Roten Kreuz zeichnete die DRK die Telekom im Dezember 2012 mit der Plakette „Helfende Hände“ der DRK-Blutspendedienste aus. Die Blutspendeaktivitäten werden 2013 fortgesetzt.

Auch zahlreiche Landesgesellschaften der Telekom setzen Aktionen zur Blutspende um:

- Bei den Blutspendeaktionen von OTE und Cosmote in Griechenland wurden 2012 insgesamt 2 845 Einheiten Blut gespendet.
- Bei der ersten Blutspendeaktion von Romtelecom im Juli 2012 in Bukarest spendeten 70 Mitarbeiter Blut, und weitere 65 Mitarbeiter beteiligten sich an der zweiten Aktion im November 2012.
- In Bulgarien organisierten die Landesgesellschaften der Deutschen Telekom Globul und Germanos eine Blutspendeaktion für Mitarbeiter in Zusammenarbeit mit dem bulgarischen Blutspendenverband und dem Nationalen Zentrum für Hämatologie und Bluttransfusion.
- 50 Mitarbeiter von Crnogorski Telekom spendeten im Mai 2012 Blut. Diese Aktion wurde zusammen mit dem Montenegrinischen Institut für Blutspenden und dem Montenegrinischen Roten Kreuz durchgeführt.
- In der Slowakei spendeten ebenfalls 32 Mitarbeiter von T-Systems Blut.

PARTNERSCHAFT MIT DER LEBENSHILFE.

Unsere Partnerschaft mit der Bundesvereinigung „Lebenshilfe für Menschen mit geistiger Behinderung e.V.“ haben Mitarbeiter im Berichtszeitraum über unterschiedliche Corporate-Volunteering-Einsätze mit Leben gefüllt. Auch weitere Bereiche unterstützten 2012 erneut die Lebenshilfe im Rahmen der sogenannten Social Days.

Neu ist eine Aktion des Ausbildungszentrums Berlin, die im Herbst 2012 gestartet wurde und rund 500 Aktionstage zugunsten der Lebenshilfe beinhaltet. Beispielsweise führte eine Gruppe von Auszubildenden aus dem sogenannten Cyberteam im Oktober 2012 Computerschulungen für die Lebenshilfe durch. Außerdem halfen die Auszubildenden beim Aufbau und der Dekoration des Weihnachtsmarkts im Dezember 2012. Weitere Aktivitäten wie der Bau eines Hochbeets und die Unterstützung bei Renovierungsarbeiten sind geplant. Am Gesundheitstag des Berliner Ausbildungszentrums am 13. November 2012 bedankten sich Vertreter der Lebenshilfe für die Unterstützung, indem sie eine Saftbar für die Auszubildenden betrieben.

Die Kooperation mit der Lebenshilfe setzen wir auch im Jahr 2013 fort.

VIELFÄLTIGE PARTNERSCHAFTEN.

Im Bereich des gesellschaftlichen Engagements arbeitet die Deutsche Telekom mit einer Vielzahl von Partnern zusammen. Diese Partnerschaften sind eine zentrale Säule des Programms „engagement@telekom". Sie werden durch das freiwillige Engagement unserer Mitarbeiter mit Leben gefüllt. Exemplarisch werden hier einige, zum Teil langjährig bestehende Partnerschaften vorgestellt.

Kooperation mit der Nummer gegen Kummer.
Zahlreiche Mitarbeiter der Telekom in Deutschland unterstützten traditionell unsere Partnerschaft mit dem Verein „Nummer gegen Kummer", der Kinder, Jugendliche und Eltern in schwierigen Lebenssituationen telefonisch berät. Als ehrenamtliche Berater stehen sie den Anrufern am Telefon zur Seite.

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

Partnerschaft mit ACHSE e.V.
Ebenfalls eine langjährige Partnerschaft verbindet uns mit der „Allianz Chronischer Seltener Erkrankungen (ACHSE) e.V.". Bereits zum sechsten Mal vergab die Eva Luise und Horst Köhler Stiftung am 28. Februar 2013 in Kooperation mit ACHSE e.V. den mit 50 000 Euro dotierten „Eva Luise Köhler Forschungspreis für Seltene Erkrankungen" in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom in Berlin.

Weihnachtsaktionen zugunsten von Partnerorganisationen.
Viele Landesgesellschaften nahmen auch im Jahr 2012 die Weihnachtszeit zum Anlass, verschiedene Partnerorganisationen der Telekom mit einer Spende zu unterstützen oder anderweitig Gutes zu tun:

- **Maluszahlungen für CO_2-intensive Dienstwagen:** Mitarbeiter der Telekom in Deutschland entschieden im Rahmen der diesjährigen Weihnachtsaktion über die Verteilung von 300 000 Euro aus den Erlösen der Malusbeträge für CO_2-intensive Dienstwagen. Insgesamt rund 6 000 Mitarbeiter beteiligten sich an der Abstimmung über den Spendenzweck.

- **Weihnachtspäckchenaktion der Stiftung Kinderzukunft:** 2012 die Weihnachtspäckchenaktion der Stiftung Kinderzukunft und richtete deutschlandweit Sammelstellen in den Sekretariaten verschiedener Standorte ein. Insgesamt 246 Päckchen von Mitarbeitern wurden dort gesammelt und anschließend von unserem Kooperationspartner nach Rumänien und Bosnien-Herzegowina transportiert, wo sie an bedürftige Kinder in Kinderheimen, Krankenhäusern, Schulen und Armutsvierteln verteilt wurden. Die Aktion steht unter Schirmherrschaft von Bundesfamilienministerin Kristina Schröder.

- **Packaktion mit Bundeswehrsoldaten:** In einer gemeinsamen Aktion mit Soldaten und Zivilangestellten der Bundeswehr packten Auszubildende der Telekom in Köln-Longerich insgesamt 600 Weihnachtspäckchen für bedürftige ältere Menschen.

ENGAGEMENT BEI DER DEUTSCHLANDSTIFTUNG INTEGRATION.

Die Deutsche Telekom unterstützt das Anfang 2012 gestartete Stipendiaten- und Mentoring-Programm „Geh' Deinen Weg" der Deutschlandstiftung Integration. Ziel des Programms unter Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel ist es, die Integration von jungen, talentierten Menschen mit Migrationshintergrund zu unterstützen.
Pro Jahr werden bis zu 150 Stipendiaten für eine Förderdauer von zwei Jahren aufgenommen. Jeder Teilnehmer bekommt einen Mentor zur Seite gestellt, der zum Karriereberater und Türöffner wird. Weitere Programminhalte wie individuelles Coaching, Themenworkshops, Praktikumsbörsen und Netzwerk-Events runden das Stipendium ab. Die Telekom unterstützt die Deutschlandstiftung Integration sowohl bei der inhaltlichen Ausgestaltung des Programms als auch im Rahmen einer Technologiepartnerschaft. Neben der Bereitstellung von Infrastruktur war die Telekom maßgeblich am Aufbau der Website beteiligt.

LEBENDIGE PARTNERSCHAFTEN IN GANZ EUROPA.

Griechenland: Bewusstsein für Umweltschutz stärken.
Ein Schwerpunkt von OTE und Cosmote im Jahr 2012 lag darin, Schüler verstärkt für den Umweltschutz zu sensibilisieren. Dazu unterstützten OTE und Cosmote Bildungsprogramme durch strategische Partnerschaften mit zwei gemeinnützigen Organisationen: Callisto, einem griechischen Tier- und Naturschutzverband, und Philodassiki, einem Verband zum Schutz der Waldgebiete in Athen. Diese Partnerschaften konzentrieren sich auf Umweltbildungsprogramme für Schulen, insbesondere zum Schutz von Waldgebieten und wild lebenden Tieren.

Romtelecom unterstützt Brustkrebskampagne.
Wie schon in den zehn Jahren zuvor war Romtelecom auch 2012 an einem Gesundheitsprogramm beteiligt und unterstützte in diesem Zusammenhang das Zentrum für Brustkrebsdiagnosen (Renasterea). Allein im Berichtszeitraum konnten 4 631 Frauen kostenlose medizinische Beratung, Mammografie- und Ultraschalluntersuchungen in Anspruch nehmen. 92 der Frauen waren Mitarbeiterinnen des Unternehmens
.

Neue Kooperationen von T-Mobile Austria.
Die neue, von T-Mobile Austria unterstützte Kampagne der österreichischen Wohlfahrtsorganisation Volkshilfe stellt das Thema „Armut in Österreich" in den Mittelpunkt und greift das Thema Ernährung auf. Zum Hintergrund: 8 Prozent der österreichischen Bevölkerung haben zu wenig Geld für gutes, gesundes Essen.

Am 1. Dezember 2012 startete österreichweit die Plakatierung der neuen Aktion – zeitgleich laufen auch der neue TV-Spot sowie ein neuer Hörfunkspot in unterschiedlichen österreichischen Medien an. Die Spendengelder werden über die lokalen Strukturen der Volkshilfe in Österreich (Landesorganisationen, Bezirks- und Ortsgruppen, ehrenamtliche Mitarbeiter, Sozialberatungsstellen) an Menschen in akuter Armut ausgeschüttet.

Am 15. und 16. März 2012 beteiligte sich T-Mobile Austria beim dritten Austrian Social Business Day als Sponsor und präsentierte ihr Förderprogramm für jugendliche Flüchtlinge. 45 Unternehmen, Non-Profit-Organisationen und Sozialunternehmer präsentierten am Kooperationsmarkt ihre Projekte, 170 Teilnehmer diskutierten über Unternehmenskooperationen.

Im Zuge der Veranstaltung wurde T-Mobile Austria auf das Schülerprojekt „get2gether" aufmerksam. Über gemeinsame Aktivitäten soll es jungen Flüchtlingen den Kontakt zu gleichaltrigen Österreichern erleichtern und das gegenseitige Verständnis fördern. 2012 organisierte T-Mobile Austria im Rahmen von „get2gether" beispielsweise ein Fußballturnier, bei dem 32 junge Teilnehmer aus Österreich sowie mit Flüchtlingshintergrund zusammen spielten.

T-Mobile Netherlands verlängert Zusammenarbeit mit War Child bis Ende 2014.
Im November 2012 verlängerte T-Mobile Netherlands die Zusammen. arbeit mit War Child um weitere zwei Jahre. War Child ist eine gemeinnützige, internationale Organisation, die sich für Kinder in Kriegsgebieten engagiert.
T-Mobile Netherlands ist seit Jahren der Hauptsponsor von War Child und trägt zusammen mit der Organisation dazu bei, vom Krieg betroffenen Kindern eine bessere Zukunft zu ermöglichen. T-Mobile leistet dabei finanzielle Unterstützung für Programme in Sri Lanka, die Kindern helfen, ihre furchtbaren Erfahrungen zu bewältigen. Zudem stellt T-Mobile Netherlands moderne Medien bereit, damit Kinder in verschiedenen beteiligten Ländern sich austauschen können. Das Unternehmen sucht aktiv nach neuen Wegen, wie mithilfe von ICT und modernen Medien mehr Kinder erreicht werden können. Darüber hinaus trägt T-Mobile Netherlands sämtliche Telefonkosten von War Child – in den Niederlanden wie im Ausland. So stehen noch mehr Mittel für Hilfsleistungen für Kinder aus Kriegsgebieten zur Verfügung.

T-Systems Czech Republic: Kostenlose Marketingberatung und Unterstützung für NGOs.
T-Systems Czech Republic bietet drei gemeinnützigen Organisationen pro Jahr 100 Stunden kostenlose PR- und Marketingberatung: beispielsweise für Ratolest Brno, eine Organisation, die sich um soziale Kontakte und die Betreuung von Kindern aus schwierigen Familienverhältnissen kümmert. In den Jahren 2012 und 2013 half die Marketingabteilung des Unternehmens außerdem einer NGO bei der Beantragung von Finanzhilfen.

„GEMEINDEBAU 3.0" – VERNETZTE NACHBARSCHAFT VERRINGERT DIGITALE KLUFT.

Um zu einer Verringerung der digitalen Kluft in der Gesellschaft beizutragen, hat T-Systems Austria gemeinsam mit dem Wiener Bezirk Margareten und dem Betreiber der österreichischen Social-Media-Plattform Sankt Onlein im Jahr 2012 das Projekt „Gemeindebau 3.0" in Wien gestartet. „Gemeindebau 3.0" bietet den überwiegend einkommensschwachen Bewohnern der Wohnanlage Körnerhof sowie angegliederten Einrichtungen wie dem örtlichen Jugendzentrum Zugang zu moderner Informations- und Kommunikationstechnologie. Dafür hat T-Systems einen mit Multimedia ausgestatteten Container – die sogenannte T-Systems Media Box – als Lehr- und Kommunikationszentrum in der Wohnanlage aufgestellt. Im Rahmen von Corporate Volunteering führen T-Systems-Mitarbeiter dort ehrenamtlich Schulungen für die Bewohner durch, unter anderem Computerkurse für Frauen sowie Basisschulungen in Word und Excel. Bis November 2012 nahmen mehr als 250 der insgesamt 3 000 Bewohner an den Schulungen teil, insbesondere Frauen und Jugendliche. Begleitend hat T-Systems die Informations- und Social-Media-Plattform www.koernerhof.at ins Leben gerufen, bei der sich seit dem Start bereits rund 200 Personen registriert haben. Die Plattform dient der Vernetzung im Quartier und stellt quartiersbezogene Informationen wie Programme und Anmeldeformulare für die Schulungen in der Media Box sowie Informationen zu Ärzten, Kinderbetreuung und Veranstaltungen im Wohnbezirk bereit.

FÖRDERPROGRAMM FÜR JUGENDLICHE FLÜCHTLINGE IN ÖSTERREICH.

lobby.16@t-mobile – Projekt „Bildungswege" weiterentwickelt.
T-Mobile Austria hat das Projekt „Bildungswege" gemeinsam mit lobby.16 weiterentwickelt und 2012 erstmals ein Modul umgesetzt, das jungen Flüchtlingen die für eine Ausbildung nötigen Qualifikationen vermittelt. Das sechsmonatige Förderprogramm beinhaltet Deutsch-, Englisch- und Mathematikkurse und wird durch branchenspezifische Schu-

lungen ergänzt. Im Fall von T-Mobile Austria sind dies Produktschulungen, Kommunikations- und Verkaufstrainings sowie Praxistage im Shop und im Customer Service. 2012 bereitete T-Mobile so vier Jugendliche auf die Lehre als Einzelhandelskaufmann mit Schwerpunkt Telekommunikation sowie auf die Lehre als Bürokauffrau/-mann vor.

Am 1. Mai 2012 wurde der Verein lobby.16 für sein Engagement bei der beruflichen und sozialen Integration jugendlicher Flüchtlinge, die ohne Angehörige in Österreich leben, mit der „SozialMarie" ausgezeichnet. Das von lobby.16 und T-Mobile Austria weiterentwickelte Programm wurde inzwischen von anderen Unternehmen übernommen.

IT-Grundkenntnisse für Flüchtlinge.
Im Rahmen der Kooperation mit lobby.16 bietet T-Systems Austria mehrwöchige Computerkurse für junge Flüchtlinge an. Zwischen 2010 und 2012 hat T-Systems so bereits über 70 jugendlichen Flüchtlingen grundlegende IT-Kenntnisse vermittelt. Neben IT-Schulungen stattet T-Systems Austria lobby.16 auch mit Laptops aus.

NACHHALTIGKEITSFONDS IN MITTELEUROPA.

Im Berichtszeitraum unterstützten T-Mobile Austria und T-Mobile Czech Republic Nachhaltigkeits- und Umweltschutzprojekte mit Mitteln aus ihren Nachhaltigkeitsfonds.

Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds der T-Mobile Austria.
Der gemeinnützige T-Mobile Umwelt- und Nachhaltigkeitsfonds (TUN-Fonds) fördert Projekte, die zu Energieeffizienz und Klimaschutz sowie zum umweltbewussten Einsatz von ICT-Technologie und dem Umwelt-, Natur- und Artenschutz beitragen.

Gemäß dem Leitspruch „Gemeinsam mehr tun" unterstützt der TUN-Fonds mit Preisgeldern Projekte, die mithilfe von ICT kreative Lösungsansätze für Umwelt- und Nachhaltigkeitsprobleme aufzeigen. Mit insgesamt 50 000 Euro Preisgeld wurden im Bereichszeitraum folgende Projekte umgesetzt:

- CSI: Styria Climate Safety Investigation
- Smartphone-App für www.naturbeobachtung.at
- klima[trick], ein Trickfilmwettbewerb für Jugendliche zum Thema Klimawandel

„CSI: Styria Climate Safety Investigation" wurde in der Online-Abstimmung zum besten Projekt gewählt. Die Projektidee: Schüler erwerben Kenntnisse über den Klimaschutz, beispielsweise zum Energiesparen, und werden als Multiplikatoren gewonnen. Sie tragen ihr Wissen in die Familien und motivieren ihre Eltern zum Mitmachen. Die Inhalte werden in jugendtauglichen Medien aufbereitet und somit aus der Schule in den Privatbereich transportiert.

In der zweiten Ausschreibung wurden bis zum 26. November 2012 37 Projekte eingereicht. Die Bekanntgabe der drei Siegerprojekte erfolgte im Rahmen einer TUN-Fonds-Gala am 24. April 2013. Dabei wurden erstmals auch Schülerprojekte mit insgesamt 3 000 Euro gefördert.

Tschechische Republik: Fördermittel für Mitarbeiter- und Regionalprogramme.
2012 gingen beim Mitarbeiterfonds von T-Mobile Czech Republic 141 Förderanträge ein. Davon wählte ein unabhängiger Ausschuss 27 besonders förderungswürdige Projekte aus, die mit einem Gesamtbetrag von 2 Millionen Tschechischen Kronen unterstützt wurden. Gefördert wurden beispielsweise die Restaurierung kultureller und religiöser Denkmäler in Mrtník sowie die Anlage von Kleingewässern für Amphibien in Střelná und Kostan. Der Regionalfonds von T-Mobile erhielt 115 Anträge und förderte geeignete Projekte im Kreis Louny sowie in der Region Hradec Králové mit insgesamt 2 Millionen Tschechischen Kronen.
Unter der Schirmherrschaft des T-Mobile-Fonds führte das Unternehmen zudem vier Seminare für NGOs mit den Schwerpunktthemen Öffentlichkeitsarbeit und Personalwesen durch. Rund 100 Vertreter von Stiftungen und Sozialverbänden erfuhren Wissenswertes über die Kommunikation mit Journalisten, um Informationen über interessante Projekte zu verbreiten, sowie über die Auswahl und Motivation von Mitarbeitern. Diese Seminare werden kostenlos angeboten.

ROMTELECOM: „WORTE KÖNNEN VERLETZEN!".

„Worte können verletzen!" ist eine Kampagne gegen verbale Gewalt. Sie klärt auf, welche Folgen verbale Gewalt auf das Verhalten von Heranwachsenden hat, und zeigt Lösungen zur Problembewältigung auf. Die Kampagne wurde am 20. November 2012 von Romtelecom und dem rumänischen Kinder-Notrufdienst Asociația Telefonul Copilului ins Leben gerufen. Die Zusammenarbeit mit dieser Organisation besteht bereits seit mehr als zehn Jahren und konzentriert sich auf Programme für Kinder und Jugendliche. Auslöser der Kampagne waren der Anstieg an Gewaltsituationen, in denen Kinder und Jugendliche als Opfer oder Aggressoren beteiligt waren, sowie die daraus resultierenden Anrufe beim Kinder-Notrufdienst. Darüber hinaus gab Romtelecom zwei Studien in Auftrag, die eine zunehmende Gleichgültigkeit von Kindern und Jugendlichen gegenüber verbaler Gewalt belegen, obwohl diese im Allgemeinen als mögliche Ursache für schwere körperliche Gewalt gesehen wird. Ziel der Kampagne ist es, Instrumente zur Bewältigung von Gewaltsituationen bereitzustellen. Dabei werden in offenen Gesprächskreisen mit Erwachsenen und Jugendlichen konstruktive Lösungen gegen verbale Gewaltsituationen diskutiert. Parallel dazu wurde ein virtuelles Zentrum für Informationen und Handlungsempfehlungen aufgebaut (www.cuvinteledor.ro). Ein kostenloses E-Book mit Fallstudien und allgemeinen Empfehlungen wurde im Rahmen der Kampagne im Dezember 2012 veröffentlicht.

FRÜHKINDLICHE ENTWICKLUNG: TEILNAHME AN UNICEF-PROJEKT.

Seit Anfang 2012 arbeitet T-Mobile Macedonia im Rahmen eines Projekts zur Förderung der frühkindlichen Entwicklung mit UNICEF zusammen. Ziel ist es, allen Kindern in der EJR Mazedonien gleiche Startbedingungen ins Leben zu ermöglichen. In der EJR Mazedonien besuchen nur 22 Prozent der Drei- bis Fünfjährigen einen Kindergarten oder eine andere Einrichtung, die die frühkindliche Entwicklung fördert. Das UNICEF-Programm, das von T-Mobile finanziell unterstützt wird, will darüber aufklären, wie wichtig die Förderung der kognitiven und emotionalen Entwicklung in den ersten fünf Lebensjahren ist, und Geldmittel für die Förderung der frühkindlichen Entwicklung beschaffen. Dies ist die erste bedeutende UNICEF-Partnerschaft mit einem privatwirtschaftlichen Unternehmen in der EJR Mazedonien.

ENGAGEMENT FÜR HÖRBEHINDERTE IN DER SLOWAKEI.

Hilfe für Familien mit hörbehinderten Kindern.

Bereits seit vielen Jahren beteiligt sich der Stiftungsfonds von Slovak Telekom in Kooperation mit der Pontis-Stiftung an zahlreichen Programmen zur Unterstützung von Hörbehinderten. Im September 2012 wurde ein neues Hilfsprogramm zur Frühförderung hörbehinderter Kinder ins Leben gerufen. Es ist das erste Programm dieser Art in der Slowakei. Familien mit hörbehinderten Kindern bis zu einem Alter von sechs Jahren sowie Sonderpädagogen für hörbehinderte Kinder, die zu Hause unterrichtet werden, konnten Fördergelder beantragen. Das Programm wurde initiiert, weil vor allem die ersten Lebensjahre für die persönliche Entwicklung und die Verbesserung der Lebensqualität von Hörbehinderten besonders wichtig sind. Ziel ist es somit, Familien mit hörbehinderten Kindern systematisch und langfristig zu fördern. Dabei gehen ausgewählte Lehrer regelmäßig ein- bis zweimal die Woche in die Familien, um direkt mit den Kindern in ihrer häuslichen Umgebung zu arbeiten. Das hat den Vorteil, dass die Sonderpädagogen auch die Eltern und Geschwister erreichen und sie ungezwungen in die Arbeit mit dem Kind einbeziehen können. Gleichzeitig kommen dabei Arbeitsmittel zum Einsatz, die zu Hause zur Verfügung stehen und auch von den Eltern eingesetzt werden können. Sämtliche Kosten werden vom Stiftungsfonds von Slovak Telekom und der Pontis-Stiftung getragen.

Roadshow für Gebärdensprachkurse.

Im Rahmen einer Roadshow wurden drei Gebärdensprachkurse in der ganzen Slowakei angeboten. In den kostenlosen Kursen für jeweils 20 Teilnehmer wurden Grundkenntnisse der Gebärdensprache vermittelt und ein Video über Hörbehinderte präsentiert.

Musiktherapie für hörbehinderte Schüler.

Slovak Telekom unterstützt ein Musiktherapieprogramm für Grundschüler mit Hörbehinderung. Dabei wurden unter der Leitung des Perkussionisten Eddy Portella Trommelkurse für hörbehinderte Kinder durchgeführt. Die Kinder spüren die Schwingungen beim Trommeln und erhalten so eine einzigartige Möglichkeit, ihre Gefühle auszudrücken.

KATASTROPHENHILFE.

Naturkatastrophen, wie Fluten oder Erdbeben, haben oft verheerende Folgen für die Betroffenen vor Ort: Diese verlieren von einem Tag auf den anderen ihre Lebensgrundlage und sind auf Unterstützung von außen angewiesen.

Um den betroffenen Menschen unbürokratisch und schnell zu helfen, arbeitet die Telekom seit Jahren eng mit dem Aktionsbündnis Deutschland Hilft zusammen. Mit Sachspenden und Geldbeträgen leisten wir wirkungsvolle Ersthilfe. Auch unsere Beschäftigten zeigen sich in Katastrophenfällen stets engagiert, um die Not zu lindern.

KOOPERATION MIT DEM AKTIONSBÜNDNIS DEUTSCHLAND HILFT.

In der Katastrophenhilfe arbeitet die Telekom seit Jahren mit dem Aktionsbündnis Deutschland Hilft zusammen. Im Jahr 2012 unterstützten wir den Verein erneut mit einer Spende in Höhe von 20 000 Euro für Aufbauarbeiten nach dem verheerenden Wirbelsturm Sandy in Haiti.

Seit Mai 2012 ist Birgit Klesper, Senior Vice President Group Transformational Change & Corporate Responsibility (GCCR) der Deutschen Telekom, Mitglied des Kuratoriums des Bündnisses.

KATASTROPHENHILFE IN MONTENEGRO UND RUMÄNIEN.

Im Februar 2012 waren Montenegro und Rumänien von schweren Schneestürmen betroffen. Crnogorski Telekom übergab dem Montenegrinischen Roten Kreuz daraufhin eine Spende in Höhe von 10 000 Euro. Zudem wurde ein Spendentelefon eingerichtet, wobei jeder Anruf mit einer Spende von einem Euro verbunden war. Daraus ergab sich in dem Monat, in dem die Spenden-Hotline in Betrieb war, eine Spendensumme von 13 269 Euro. Daneben beteiligten sich 50 Mitarbeiter des Unternehmens an der Räumung von Straßen vor dem Institut für öffentliche Gesundheit in Podgorica, dem wichtigsten Krankenhausstandort und Hauptsitz des Unternehmens. Da viele Menschen durch den Schnee abgeschnitten waren, war das Handy oft die einzige Möglichkeit, um mit der Außenwelt zu kommunizieren. Die Wartungsteams des Unternehmens waren rund um die Uhr im Einsatz, um den Betrieb aufrechtzuerhalten oder Verbindungen wiederherzustellen. Sie verdienten sich damit die Anerkennung der Öffentlichkeit und der Medien in Montenegro.

Während des Wintereinbruchs in Rumänien leisteten Romtelecom und Cosmote materielle Unterstützung im Rahmen der Initiative „Rumänien braucht dich!“. Romtelecom und Cosmote Romania kooperierten mit der PRO Media Group und lieferten über 18 Tonnen an Lebensmitteln und Materialien in 13 betroffene Gemeinden. Tausende von Menschen in den Kreisen Buzău, Vrancea und Ialomita profitierten von der Hilfe der beiden Unternehmen. Dabei wurden beispielsweise Grundnahrungsmittel und andere Güter in die am stärksten betroffenen Regionen gebracht, zum Teil mit Hubschraubern. Einige Mitarbeiter ließen es sich nicht nehmen, selbst einen der acht Geländewagen zu fahren oder zu begleiten, um besonders vom Schnee betroffene Gemeinden mit Lebensmitteln zu versorgen. Romtelecom unterstützte die Hilfsaktion des Rumänischen Roten Kreuzes über die Stiftung Romtelecom for Romanians. Insgesamt wurden 55 Tonnen an Lebensmitteln und Wasser verteilt.

HILFE FÜR OPFER VON HURRIKAN SANDY.

Als Hurrikan Sandy Ende Oktober 2012 auf die Nordostküste der USA traf, waren viele Menschen von verheerenden Überflutungen und Sturmschäden betroffen. Sämtliche Mobilfunknetze in der Region fielen aus, sodass Kunden über eine längere Zeit nicht telefonieren konnten. T-Mobile USA half den Not leidenden Hurrikan-Opfern auf unterschiedliche Weise. Rund 6 500 Kilogramm Lebensmittel, 1 700 Reinigungsartikel, knapp 100 Wintermäntel und 250 Paar Handschuhe für Schulkinder sowie eine Geldspende in Höhe von 10 000 US-Dollar wurden dem Hilfswerk Community Food Bank von New Jersey übergeben. Besonders schwer betroffen waren viele Menschen auf Long Island, die auch Wochen nach dem Hurrikan noch keinen Strom hatten und ihre Mobiltelefone nicht aufladen konnten. T-Mobile USA stellte schließlich zwei Busse bereit, in denen nicht nur Handys aufgeladen, sondern auch Fernsehsendungen und Filme geschaut werden konnten. Zudem stellte T-Mobile USA dem Amerikanischen Roten Kreuz Hunderte von Mobiltelefonen sowie eine Geldspende in Höhe von 100 000 US-Dollar für die Hurrikan-Hilfe zur Verfügung. Schließlich konnten Kunden von T-Mobile per SMS Geld spenden. Gleichzeitig sagte das Unternehmen zu, die nächsten 100 000 US-Dollar an Spenden zu verdoppeln. Da diese Summe bereits nach zwei Tagen erreicht wurde, trug T-Mobile weitere 100 000 US-Dollar zum Spendenaufkommen bei. Insgesamt spendeten T-Mobile USA und ihre Kunden dem Roten Kreuz mehr als 850 000 US-Dollar für die Hurrikan-Hilfe.

PRAKTISCHE HILFE FÜR BEDÜRFTIGE IN MALAYSIA UND MONTENEGRO.

Auch T-Systems Malaysia bewies gesellschaftliche Verantwortung und unterstützte von Naturkatastrophen betroffene Menschen, mehrere Waisenhäuser, Bedürftige und Schwerkranke in Krankenhäusern im ganzen Land.

Ein weiteres Beispiel für praktische Hilfeleistung, in diesem Fall im Bildungsbereich, gab die montenegrinische Landesgesellschaft Crnogorski Telekom. Nachdem ein Brand das Gebäude der Fakultät für bildende Künste in Cetinje zerstört hatte, stellte Crnogorski Telekom den Lehrkräften und Studenten der Fakultät eigene Räumlichkeiten zur Verfügung und sorgte so dafür, dass der Lehrbetrieb aufrechterhalten werden konnte.

MEDIENKOMPETENZ.

Die Telekom setzt sich für die Stärkung von Medienkompetenz in der Gesellschaft ein. Im Fokus steht der sichere Umgang mit den neuen Informations- und Kommunikationsmedien, vor allem bei älteren Menschen, Kindern und Jugendlichen. Mithilfe der neuen Medien können diese ihren Alltag komfortabler gestalten und gleichberechtigt an der Informationsgesellschaft teilhaben. Diesem Ziel haben wir uns im Rahmen unserer CR-Strategie im Handlungsfeld „Chancenreiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft“ verschrieben.

Beispiele für unser Engagement sind das Projekt „Telekom@School“, unsere Kooperation mit dem Projekt „Internetpatinnen und -paten – Erfahrung teilen“ des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie, Projekte zum Thema Datenschutz an Schulen oder auch Computerschulungen, die wir zusammen mit der Lebenshilfe anbieten.

2012 haben wir zudem einige Aktionen mit Bezug zum „Europäischen Jahr des aktiven Alterns und der Solidarität zwischen den Generationen“ gestartet. Neben der Initiierung des Wettbewerbs „Internet: Keine Frage des Alters!“ haben wir „Helden mit Herz“ sowie das Angebot von Schulungen für Senioren beispielsweise in einem Telekom Shop in Frankfurt unterstützt.

Im Februar 2013 richtete die Telekom eine Podiumsdiskussion zum Thema „Digitales Lernen – Intelligentes Lernen“ in der Hauptstadtrepräsentanz in Berlin aus. Bei der Veranstaltung aus der Reihe „telegraphen_lunch“ diskutierten Experten über die Chancen und Risiken einer zunehmend digitalen Wissensvermittlung. Dabei ging es unter anderem darum, wie sich der Schulunterricht angesichts veränderter Lerngewohnheiten durch das digitale Wissensangebot weiterentwickeln muss – eine Fragestellung, die die Telekom seit Jahren mit verschiedenen Projekten wie „Telekom@School“ begleitet und unterstützt.

Im März 2013 fand im Rahmen der europäischen „Get Online Week“ die Fachtagung „Gemeinsam durchs Netz“ in der Hauptstadtrepräsentanz der Telekom statt. Die Veranstaltung richtete sich an haupt- und ehrenamtlich Tätige, die im unmittelbaren Kontakt mit Menschen stehen, die das Internet bisher gar nicht oder wenig nutzen. Ihnen wurden Ansätze aufgezeigt, wie sie ihren jeweiligen Zielgruppen den sicheren und verantwortungsbewussten Umgang mit dem Internet nahebringen können. Die Tagung wurde gefördert vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend (BMFSFJ) und vom Bundesministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV).

ENTGELTFREIE INTERNETZUGÄNGE FÜR BILDUNGSEINRICHTUNGEN.

Im Berichtsjahr haben wir unser Angebot von kostenlosen Internet-Anschlüssen im Rahmen der Initiative „Telekom@School“ ausgeweitet. Schulen ohne oder mit einem langsamen Internet-Anschluss konnten im Rahmen des Projekts einen Breitbandanschluss beantragen, je nach Verfügbarkeit vor Ort mit einer Geschwindigkeit von 12 statt wie bisher 6 Mbit/s.

Die Umstellung und auch die anschließende Nutzung des Internet-Zugangs sind nach wie vor kostenfrei. Darüber hinaus stattete die Telekom die Schulen jeweils mit Lizenzen für die neue Kinderschutz Software aus. Allen Schulen, die im VDSL-Ausbaugebiet liegen, haben wir zudem angeboten, ihre Anschlusskomponenten zu vergünstigten Konditionen auf VDSL zu erweitern. Damit werden Datenübertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 50 000 kbit/s realisiert. Seit dem Start des Infrastrukturprojekts hat die Deutsche Telekom bereits einen dreistelligen Millionenbetrag investiert und rund 34 000 Allgemein- und Berufsbildende Schulen in Deutschland mit entgeltfreien Internet-Zugängen ausgestattet.

In Griechenland beispielsweise bietet Cosmote mit dem Programm „Surfing the World“ freien, drahtlosen Breitbandinternet-Zugang für Schulen auf weit entfernten Inseln und in entlegenen Regionen. Die erforderlichen 3G-fähigen Geräte (Desktop-PCs, WLAN-Router , Multifunktionsgeräte und Webcams) werden in den Schulen installiert, um Schülern und Lehrern einen schnellen Zugang ins Internet bereitzustellen. Im Jahr 2012 profitierten mehr als 1 200 Schüler und Lehrer an 46 Schulen in ganz Griechenland von den 240 gespendeten Geräten, die im Rahmen dieses Programms übergeben wurden. Seit Einführung des Programms hat Cosmote drahtlose Internet-Zugänge in zahlreichen Schulen mit insgesamt mehr als 3 000 Schülern installiert.

Crnogorski Telekom, die montenegrinische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom, stellt kostenlose ADSL-Internet-Anschlüsse für Grund- und weiterführende Schulen in Montenegro zur Verfügung. Ziel ist es, PC- und Internet-Kenntnisse in Theorie und Praxis zu verbessern, die Bedeutung des Internets bewusster zu machen und die Informationskultur in Montenegro zu fördern. Insgesamt nahmen 150 Schulen am Programm teil; die mit dem montenegrinischen Ministerium für Bildung und Wissenschaft geschlossene Vereinbarung wurde verlängert.

DATENSCHUTZ WIRD ZUM UNTERRICHTSTHEMA.

Die Gefahren des Internets, der Datenschutz und notwendige Sicherheitsvorkehrungen sind Thema von insgesamt vier Videospots, die die Telekom Stiftung mit Schülern von Schulen aus dem Projekt „Schule interaktiv“ gedreht hat. Darin beantworten Schüler Fragen wie „Darf ich mit meinem Lehrer auf Facebook befreundet sein?“ oder „Welche persönlichen Daten stelle ich von mir ins Netz?“. Alle Filme sind auf der Plattform www.teachtoday.de zu sehen, die sich an Lehrer richtet, aber auch an Eltern, die sich über moderne Medien informieren wollen.

Ziel des Projekts ist es, den verantwortungsvollen Umgang der Schülerinnen und Schüler mit neuen Medien zu fördern. Gerade mit Blick auf die sozialen Netzwerke sollen sie die Konsequenzen ihres Handelns sicher einschätzen lernen.

AKTIONEN ZUM EUROPÄISCHEN JAHR DES AKTIVEN ALTERNS.

Das Jahr 2012 wurde vom Europäischen Parlament zum „Europäischen Jahr des aktiven Alterns und der Solidarität zwischen den Generationen“ ausgerufen. Vor diesem Hintergrund startete die Deutsche Telekom 2012 verschiedene Projekte zur Förderung der Medienkompetenz von älteren Menschen:

- **Wettbewerb „Internet: Keine Frage des Alters!“:** Im Februar 2012 startete die Telekom gemeinsam mit der Bundesarbeitsgemeinschaft der Senioren-Organisationen, kurz BAGSO, und mit klicksafe, der EU-Initiative für mehr Sicherheit im Netz, den Wettbewerb „Internet: Keine Frage des Alters!“. Schirmherrin ist Kristina Schröder, Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Rund 150 Teilnehmer bewarben sich mit ihren Projekten in den Kategorien „Beratung und Schulung“ sowie „Angebote im Netz“ um Preisgelder zwischen 2 000 und 5 000 Euro. Die insgesamt sieben Preisträger – darunter ein Träger eines Sonderpreises – erhielten jeweils zwischen 2 000 und 5 000 Euro für die Weiterfinanzierung ihres Projekts. Insgesamt zahlte die Telekom 26 000 Euro Preisgeld aus.

- **Wettbewerb „Helden mit Herz“:** Außerdem unterstützte die Telekom 2012 den Wettbewerb „Helden mit Herz“, bei dem Familienangehörige ihre Großeltern für den Preis der „besten Großeltern der Welt“ nominieren können. Der Wettbewerb wurde von der Deutschen Seniorenliga initiiert und von der Telekom unterstützt. Eine Vertreterin der Telekom war Mitglied der Jury, die die eingereichten Beiträge bewertete.

- **Vorträge im T-Shop in Frankfurt:** Im repräsentativen Telekom Shop der Telekom in der Frankfurter Einkaufsstraße Zeil wurde 2012 im Rahmen einer Pilotveranstaltung ein kostenloser Vortrag für Senioren zum Thema „Internet für Späteinsteiger“ gehalten. Dort erfuhren die Besucher, wie ein Online-Einkauf funktioniert, was es mit mobilen E-Health-Lösungen auf sich hat und wie das Internet für die Reiseplanung genutzt werden kann. Aufgrund der großen Resonanz fand Anfang 2013 ein Folgetermin statt. Weitere Vorträge sind im Jahresverlauf 2013 geplant.

TELEKOM-MITARBEITER FÜHREN PROJEKT „INTERNETPATENSCHAFTEN“ FORT.

Nach dem Abschluss des von der Telekom unterstützten Bundesprojekts „Internetpatinnen und -paten – Erfahrung teilen“ überführten Mitarbeiter der Telekom in Hannover ihre entsprechenden Aktivitäten in den Verein „Erfahrung-Teilen“. Dort führen sie ihre Aktivitäten fort und begleiten ältere Menschen und Menschen mit Migrationshintergrund ehrenamtlich bei ihren ersten Schritten ins Netz. Insgesamt folgten bis Ende 2012 rund 175 Beschäftigte der Telekom dem Aufruf, sich als „Internetpaten“ schulen zu lassen. Das Bundesprojekt lief Ende 2012 nach dreijähriger Laufzeit aus. Die Telekom unterstützt die „Internetpatenschaften“ auch weiterhin im Rahmen von „engagement@telekom“.

STIFTUNG EMACEDONIA RICHTET DREI ELEKTRONISCHE KLASSENZIMMER EIN.

Die Stiftung eMacedonia startete im Berichtszeitraum ein neues Programm und spendete rund 50 000 Euro zur Förderung der Informationsgesellschaft. Einer der Höhepunkte des Programms war die durch Spenden finanzierte Komplettausstattung von drei „elektronischen“ Klassenzimmern an drei Standorten im Land. In diesen drei Klassenzimmern können insgesamt 300 sozial benachteiligte Menschen kostenlos grundlegende PC-Kenntnisse beispielsweise zum Umgang mit Word, Excel, E-Mail und dem Internet erlernen. Die erworbenen Kompetenzen können für die Teilnehmer auf dem Arbeitsmarkt und im täglichen Leben von großem Nutzen sein.

„E-BONTON“ IN DER EJR MAZEDONIEN FÜR GUTE UMGANGSFORMEN IM NETZ.

In den letzten Jahren haben soziale Netze und insbesondere Facebook in der EJR Mazedonien stark an Beliebtheit gewonnen. Bisweilen lässt das Online-Verhalten der Nutzer jedoch zu wünschen übrig. Für die Stiftung eMacedonia war dies Anlass genug, das Projekt „e-Bonton“ zur Förderung guter Umgangsformen in der Online-Kommunikation ins Leben zu rufen und das Bewusstsein für gute Kommunikation über soziale Netze zu schärfen. Im Rahmen des Programms wurde ein „e-Bonton“-Handbuch zum Thema Online-Kommunikation erstellt, an dem sich jeder beteiligen kann, der im Internet kommuniziert. Das Handbuch soll Nutzern Regeln für ethisches Verhalten und richtiges Kommunizieren an die Hand geben. Das Programm wird ebenfalls von der gemeinnützigen Organisation Metamorphosis, dem Jugendbildungsforum und der Schule für Journalismus und Öffentlichkeitsarbeit in der EJR Mazedonien unterstützt.

BILDUNGSENGAGEMENT.

Bildung ist eine der wichtigsten Voraussetzungen für Innovation und Fortschritt. In der gezielten Förderung von Talenten jeglicher Altersklassen im Konzern sowie in einem breiten Bildungsengagement sehen wir einen Schlüssel für unseren langfristigen Erfolg. Über die Unternehmensgrenzen hinaus setzen wir uns deshalb mit großem Engagement für den Kompetenzerwerb der kommenden Generationen ein:

- Mit der „Ich kann was!"-Initiative stärkt die Telekom jene Kompetenzen, die Kinder und Jugendliche dazu befähigen, die Anforderungen des Alltags zu bewältigen und ihr Leben gut und erfolgreich zu gestalten.
- Wesentlicher Baustein unseres Bildungsengagements in Deutschland ist seit vielen Jahren die Deutsche Telekom Stiftung, die zu den größten Unternehmensstiftungen des Landes gehört.
- Beim Thema Aus- und Weiterbildung setzen wir auf Hochschulkooperationen, Stipendien und die Vergabe von Förderpreisen.
- Zudem unterstützen wir Start-ups, fördern verstärkt MINT-Initiativen und benachteiligte Jugendliche. Beispielsweise unterstützt die Deutsche Telekom das Anfang 2012 gestartete Stipendiaten- und Mentoring-Programm „Geh' Deinen Weg" der Deutschlandstiftung Integration. Ziel des Programms unter Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel ist es, die Integration von jungen, talentierten Menschen mit Migrationshintergrund zu unterstützen.

INITIATIVE „ICH KANN WAS!".

Mit der „Ich kann was!"-Initiative fördern wir in Deutschland Projekte, die dazu beitragen, Kindern und Jugendlichen aus sozial schwierigem Umfeld Selbstvertrauen zu vermitteln. Wir wollen ihnen helfen, eigenständig schulische und berufliche Ziele zu verfolgen. Auch 2012 unterstützten wir wieder zahlreiche Kinder- und Jugendprojekte in sozialen Brennpunkten; dabei wurden 123 bei der Initiative eingereichte Projekte mit bis zu 10 000 Euro gefördert. Seit dem Start der Initiative im Jahr 2009 unterstützen wir mehr als 350 Projekte mit einem Volumen von insgesamt rund 2,5 Millionen Euro. 2013 werden wir erneut über 500 000 Euro zur Verfügung stellen. Am 28. Februar 2012 erhielt unsere „Ich kann was!"-Initiative zum zweiten Mal die Auszeichnung der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung".

Anfang 2012 nahm der im Vorjahr von Mitarbeitern, Führungskräften und Vorständen der Deutschen Telekom gegründete Verein „Ich kann was! – Initiative für Kinder und Jugendliche e.V." offiziell seine Arbeit auf und führt seitdem die Arbeit der im Jahr 2009 von der Deutschen Telekom ins Leben gerufenen Initiative fort. Die Vereinsgründung bietet deutlich mehr Spielraum für die Förderung. Durch die aktive Einwerbung von Spendenmitteln will der Verein künftig noch mehr kompetenzfördernde Einrichtungen und Projekte in Deutschland unterstützen. Im Mai 2012 fand die erste Mitgliederversammlung statt..

FÖRDERUNG VON 123 PROJEKTEN IM JAHR 2012.

2012 wählte eine Jury aus mehr als 600 Bewerbungen 123 Projekte aus, die mit jeweils maximal 10 000 Euro gefördert wurden. Der methodische Förderschwerpunkt lag auf dem „Peer-to-Peer-Ansatz" (von englisch peer = Gleichgestellter, Ebenbürtiger). Projekte, bei denen Kinder und Jugendliche Mentoren- oder Beraterfunktionen einnehmen oder sich gegenseitig spezifische Fertigkeiten und Fähigkeiten vermitteln, waren daher besonders willkommen. Der Themenschwerpunkt wurde vielfältig und kreativ aufgegriffen. So fanden Mentorenprogramme und verschiedene Qualifizierungen beispielsweise zu Ernährungs- und Rechtsberatern, Streitschlichtern oder Natur-Scouts statt. Außerdem wurden Projekte durchgeführt, in denen die Kinder und Jugendlichen zunächst ihre individuellen Fähigkeiten erkennen und diese dann an andere weitergeben konnten.

Jahresschwerpunkt 2013: „Fairständnis – Respektvoll miteinander umgehen".

2013 startete die Ausschreibung der„Ich kann was!"-Initiative in die fünfte Runde. Engagierte Projekte und Einrichtungen konnten sich vom 20. Februar bis zum 2. April 2013 um eine Förderung durch die Initiative bewerben. Der diesjährige Jahresschwerpunkt „Fairständnis – Respektvoll miteinander umgehen" soll insbesondere einen fairen und verantwortungsvollen Umgang miteinander fördern. Mit dem Jahresthema möchte die „Ich kann was!"-Initiative dazu beitragen, Wege eines wertschätzenden Umgangs miteinander aufzuzeigen und zu festigen, und damit auch Impulse im präventiven Bereich setzen.

VERNETZUNG DER „ICH KANN WAS!"-PROJEKTE.

Im Berichtszeitraum haben wir die sukzessive Vernetzung der geförderten Einrichtungen und Projekte weiter vorangetrieben. So fand 2012 bereits zum dritten Mal der „Ich kann was!"-Cup in Berlin statt. Mehr als 250 Kinder und Jugendliche aus geförderten Projekten in ganz Deutschland reisten dafür in die Bundeshauptstadt und spielten in 32 Teams mit- und gegeneinander Fußball. Neben den fußballerischen Ergebnissen wurde dabei erstmals auch das Fair Play bewertet. Alle Teams, die dabei die Höchstpunktzahl erreichten, lud die „Ich kann was!"-Initiative im November 2012 zum Besuch eines Fußballspiels und zu einem Fair-Play-Workshop nach Berlin ein – insgesamt 62 Kinder und Jugendliche. Außerdem rief die Initiative den Wettbewerb „Schau mal, was ich kann!" aus. Kinder aus den geförderten Einrichtungen konnten dafür Foto- beziehungsweise Videoaufnahmen oder gemalte Bilder von Situationen einsenden, in denen sie etwas Spannendes gelernt oder eine neue Fähigkeit bei sich oder anderen entdeckt hatten. Die drei von einer Jury und per Online-Voting ermittelten Sieger wurden im November 2012 zu einem zweitägigen Fotoworkshop nach Berlin eingeladen.

AUSZEICHNUNG DER UN-DEKADE.

Am 28. Februar 2012 erhielt die „Ich kann was!"-Initiative zum zweiten Mal die Auszeichnung der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung". Diese wird jeweils für zwei Jahre verliehen. Die Übergabe durch den Vorsitzenden des Nationalkomitees, Prof. Dr. Gerhard de Haan, und den Generalsekretär der Deutschen UNESCO-Kommission, Roland Bernecker, erfolgte im Rahmen eines internationalen Workshops in Bonn. Dort setzten sich Fachleute aus der ganzen Welt mit vielfältigen Themen aus dem Bereich Bildung für nachhaltige Entwicklung auseinander.

DEUTSCHE TELEKOM FOUNDATION.

Die von der Deutschen Telekom AG gegründete Telekom Stiftung gehört heute mit einem Stiftungskapital von 150 Millionen Euro zu den großen deutschen Unternehmensstiftungen. Sie engagiert sich bundesweit für eine Verbesserung der Bildung in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik). Auch die Telekom Stiftung hat sich 2012 der Förderung der „Kleinen" verschrieben. Unter dem Motto „Forschergeist 2012" veranstaltete die Deutsche Telekom Stiftung gemeinsam mit der Stiftung „Haus der kleinen Forscher" einen Wettbewerb für Kindertagesstätten.

Die Stiftung arbeitet in den Handlungsfeldern

- frühe Bildung,
- Unterricht und mehr,
- Lehrerbildung,
- Talentförderung und
- Impulse

2012 flossen insgesamt rund 4,9 Millionen Euro in die Projektarbeit. Darüber hinaus wurde eine Rücklage von über 4,1 Millionen Euro für bereits budgetierte Projekte gebildet.

„NATUR-WISSEN SCHAFFEN".

Im Jahr 2010 hat die Deutsche Telekom Stiftung im Rahmen des Projekts „Natur-Wissen schaffen" mit der Fortbildung von Multiplikatoren begonnen, die anschließend Fachkräfte in Kindertageseinrichtungen in ganz Deutschland schulen sollen. Bis Herbst 2012 wurden insgesamt 650 Multiplikatoren geschult. Außerdem stattet die Stiftung die Einrichtungen mit Unterrichtsmaterialien aus, die in den vergangenen Jahren im Rahmen des Projekts erarbeitet wurden.

Neues Curriculum für die Ausbildung pädagogischer Fachkräfte.
Aufbauend auf dem Ausbildungscurriculum für pädagogische Fachkräfte, das im Rahmen des Projekts „Natur-Wissen schaffen" bis Januar 2013 erarbeitet wurde, will die Telekom Stiftung ihre Aktivitäten zur Ausbildung pädagogischer Fachkräfte ausbauen.

Expertentreffen zum Verbundprojekt.
Im Anschluss an das Projekt „Natur-Wissen schaffen" plant die Stiftung ein Verbundprojekt, das die Ausbildung pädagogischer Fachkräfte in Deutschland an Fach- und Hochschulen vorantreibt. Als Grundlage dafür wurde ein Kompetenzmodell erarbeitet, das sich auf die Weiterentwicklung der Fachkompetenzen sowie die Persönlichkeitsentwicklung der Fachkräfte konzentriert. Das Modell ist nicht fachspezifisch formuliert und kann somit auch auf andere inhaltliche Bereiche übertragen werden. Die MINT-Kompetenzen dienen als Beispielfeld.

Kita-Wettbewerb „Forschergeist 2012".
Mit dem Kita-Wettbewerb Forschergeist möchten die Deutsche Telekom Stiftung und die Stiftung Haus der kleinen Forscher den Einsatz pädagogischer Fachkräfte für die frühkindliche Bildungsarbeit in den Bereichen Naturwissenschaften, Mathematik und Technik würdigen. Vom 1. Dezember 2011 bis zum 16. März 2012 lief der Wettbewerb unter Schirmherrschaft der damaligen Bundesbildungsministerin Prof. Dr. Annette Schavan. Bundesweit waren Kindertagesstätten dazu aufgefordert, sich mit Projekten aus dem Bereich Naturwissenschaften, Mathematik oder Technik um ein Preisgeld zu bewerben. Aus 1 135 eingegangenen Bewerbungen wurden 25 Projekte nominiert. Die fünf Siegerprojekte wurden mit jeweils 5 000 Euro prämiert, darunter ein Langzeitprojekt, das Kinder in verschiedene Epochen der menschlichen Entwicklungsgeschichte führt, sowie ein Forschungsprojekt zum Thema Sand. Weitere 15 Kindertagesstätten erhielten jeweils 3 000 Euro. Aufgrund der Vielzahl qualitativ hochwertiger Bewerbungen entschied die Jury außerdem, fünf Sonderpreise von jeweils 2 000 Euro zu vergeben. Mit dem Preisgeld sollen die Einrichtungen die naturwissenschaftlich-technische Bildungsarbeit weiter fördern.

Im September 2012 erschien zudem eine Handreichung für Eltern, die ihnen übersichtliche Tipps gibt, wie sie Bildungsgelegenheiten aufgreifen und unterstützen können. Im Herbst 2013 wird ein ausführliches Elternhandbuch erscheinen.

UNTERSTÜTZUNG VON „SCHULE INTERAKTIV".

Im Rahmen ihres Handlungsfelds „Unterricht & mehr" initiierte die Deutsche Telekom Stiftung 2005 das Projekt „Schule interaktiv". Darin wurde die Integration neuer Medien in die Lehr- und Lerntätigkeit untersucht. An zunächst vier, später insgesamt 42 weiterführenden Schulen in Nordrhein-Westfalen, Hessen und Sachsen erarbeiteten Lehrerkollegien eigene Konzepte für die Einbindung neuer Medien in den Unterricht. Mit dem Schuljahr 2011/12 schloss die Deutsche Telekom Stiftung die Förderung des Projekts ab, „Schule interaktiv" wird nun von den beteiligten Bundesländern eigenständig weitergeführt.

COMPETENCE CENTER FOR TEACHER TRAINING.

The first annual convention of the German Center for Mathematics Teachers Bildungsengagement (DZLM) was held at Deutsche Telekom's Representative Office in Berlin on September 21, 2012. More than 200 people attended the event. DZLM has been designed for educational staff at day care centers and math teachers as well as other facilitators who want to develop their skills. The foundation is planning to invest around EUR 5 million in setting up and operating the center by 2016. The competence center started its activities in the 2011/2012 winter semester. The center's communication platform went online in spring 2012 and the first continuing education program started for the 2012/2013 winter semester.

„MATHE SICHER KÖNNEN“

Im November 2012 fand die zweite Multiplikatorentagung im Rahmen des von der Telekom Stiftung geförderten Projekts „Mathe sicher können“ an der Pädagogischen Hochschule in Freiburg im Breisgau statt. Auf der zweitägigen Tagung wurden Unterrichtsmodule für den Bereich Dezimalzahlen, Brüche und Prozente erarbeitet und getestet. Ziel des 2011 gestarteten und mit 1,4 Millionen Euro ausgestatteten Projekts „Mathe sicher können“ ist es, Unterrichtsstrukturen, -konzepte und -materialien für leistungsschwächere Schüler und deren Lehrer in der Sekundarstufe I zu entwickeln und zu erforschen. Dadurch soll eine individuellere und effektivere Gestaltung des Mathematikunterrichts ermöglicht werden. Das Projekt wird in Zusammenarbeit mit der Technischen Universität Dortmund, der Freien Universität Berlin, der Pädagogischen Hochschule Freiburg und der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster umgesetzt. Es ist zunächst auf drei Jahre angelegt.

Im Dezember 2012 entschied der Vorstand der Telekom Stiftung über eine zweite Projektphase, die bis 2016 läuft. Darin ist geplant, die Konzepte und Materialien an weiterführenden Schulen in den Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Berlin und Schleswig-Holstein zu implementieren. Außerdem sollen Materialien für das Themengebiet Sachrechnen entwickelt werden.

KOMPETENZZENTRUM FÜR LEHRERBILDUNG.

Am 21. September 2012 fand die erste Jahrestagung des Deutschen Zentrums für Lehrerbildung Mathematik mit mehr als 200 Teilnehmern in der Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom in Berlin statt. Das Deutsche Zentrum für Lehrerbildung Mathematik richtet sich an pädagogische Fachkräfte für den Vorschulbereich und Mathematiklehrer, aber auch an andere Multiplikatoren, die sich zusätzlich qualifizieren wollen. In Aufbau und Betrieb des Zentrums wird die Stiftung bis 2016 rund 5 Millionen Euro investieren. Mit dem Wintersemester 2011/2012 nahm das Kompetenzzentrum offiziell seine Arbeit auf. Im Frühjahr 2012 ging die Kommunikationsplattform des Zentrums im Internet online und zum Wintersemester 2012/2013 startete der erste Weiterbildungsstudiengang.

LERNEN VOR ORT: SCHULUNGEN FÜR MULTIPLIKATOREN.

Das Projekt „Lernen vor Ort“ des deutschen Bundesministeriums für Bildung und Forschung und eines Stiftungsverbunds aus mehr als 140 Stiftungen schafft für Landkreise und kreisfreie Städte Anreize, ein konsequentes und aufeinander abgestimmtes Bildungsmanagement aufzubauen. Als Themenpate für das Handlungsfeld Wirtschaft, Technik, Umwelt und Wissenschaft bietet die Telekom Stiftung Konzepte und Materialien aus ihren Projekten „Natur-Wissen schaffen“, „Klasse(n) kisten“, „Junior-Ingenieur-Akademie“ und „Mathematik anders machen“ an. Im Rahmen unserer Beteiligung finanzierte die Telekom Stiftung im Berichtszeitraum drei Multiplikatorenschulungen. Anschließend wurde den Multiplikatoren jeweils eine „Klasse(n)kiste“ überlassen. Mit den darin enthaltenen Experimentiersets und Unterrichtsmaterialien können Themen wie „Luft und Luftdruck“, „Schall“ oder „Schwimmen und Sinken“ in der Grundschule anschaulich vermittelt werden. Insgesamt führten die Projektverantwortlichen bis September 2012 in den 20 beteiligten Kommunen 260 Schulungen durch.

Die Beteiligung der Telekom Stiftung war auf drei Jahre (2010 bis 2013) angelegt. Auch nach der aktiven Beteiligung der Telekom Stiftung können die Kommunen die bis dahin nicht vergebenen Klassenkisten in der zweiten Projektphase von „Lernen vor Ort“, die bis 2015 läuft, weiter nutzen.

MAGENTA-SOFA: STIFTUNGSENGAGEMENT NACH INNEN TRAGEN.

Mit der Talkreihe „Magenta-Sofa“ trägt die Deutsche Telekom Stiftung seit Frühjahr 2011 ihr Bildungsengagement in die Regionen. Auch 2012 wurde die Talkreihe in Berlin, Hamburg und Darmstadt fortgesetzt. In Berlin fand die Veranstaltung am 23. April 2012 im Rahmen der Berliner Stiftungswoche statt und stand damit nicht nur Telekom-Beschäftigten, sondern auch Berliner Bürgern offen. Dr. Manfred Balz, damals Vorstand Recht, und weitere prominente Gäste diskutierten über die Bedeutung von Bürgerbeteiligung für den Innovationsstandort Deutschland. In Hamburg stand am 3. September 2012 die Förderung von MINT-Nachwuchskräften im Mittelpunkt der Diskussion mit T-Systems-Chef Reinhard Clemens und Hamburgs Oberbürgermeister Olaf Scholz. Niek Jan van Damme, Vorstand Telekom Deutschland, und Hessens Kultusministerin Nicola Beer erörterten am 19. November 2012 in Darmstadt, welche Voraussetzungen geschaffen werden müssen, um Wissenschaft und Forschung in Deutschland voranzubringen.

2013 sind weitere Veranstaltungen der Reihe geplant.

„BILDUNG BRAUCHT JEDER – BILDUNG BRAUCHT JEDEN“.

Im Rahmen des im Dezember 2011 gestarteten Projekts „Bildung braucht jeder – Bildung braucht jeden“ fördert die Deutsche Telekom Stiftung in Kooperation mit der Deutschen Telekom das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitern in Kindertagesstätten und Schulen. Insbesondere in den Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaft und Technik können die Mitarbeiter Angebote begleiten, die über den Alltag in Kita und Schule hinausgehen, und dafür eine finanzielle Förderung bei der Stiftung beantragen. Im Berichtszeitraum wurden sieben Projekte gefördert. Telekom-Mitarbeiter begleiteten unter anderem Exkursionen ins Odysseum in Köln und das Mathematikum in Gießen oder führten Brandschutzworkshops durch, für die die Telekom Schulungskoffer finanzierte. Bei diesen Workshops brachten sie den

Kindern Nutzen und Gefahren des Feuers näher. Das Projekt „Bildung braucht jeder – Bildung braucht jeden“ mit einer Gesamtfördersumme von 50 000 Euro wird auch im kommenden Jahr fortgesetzt.

AUFBAU VON WEITEREN JUNIOR-INGENIEUR-AKADEMIEN.
Ziel der Junior-Ingenieur-Akademien ist es, Schülerinnen und Schülern ab Klasse acht aufzuzeigen, wie die Arbeitswelten von Ingenieuren, Wissenschaftlern und Forschern aussehen. Partner der Junior-Ingenieur-Akademien sind Schulen, Fachhochschulen und Universitäten sowie weitere regionale Partner aus Wirtschaft und Wissenschaft. Das bundesweite Junior-Ingenieur-Akademie-Netzwerk umfasst derzeit knapp 40 Schulen. Um das erfolgreiche Konzept weiter zu verbreiten, hat die Deutsche Telekom Stiftung einen Wettbewerb für 15 neue Junior-Ingenieur-Akademien zum Schuljahr 2013/2014 ausgeschrieben. Am 22. März 2013 wählte eine Expertenjury die besten Konzepte aus. Die Schulen wurden im Rahmen eines Netzwerktreffens am 26. und 27. April 2013 in Berlin in das bundesweite Netzwerk der Junior-Ingenieur-Akademien aufgenommen.

ENGAGEMENT IN AUS- & WEITERBILDUNG.

Als einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland investieren wir umfangreich in die Qualifikation der jungen Generation. Auch in externen Projekten bemühen wir uns darum, allen Jugendlichen den Zugang zur Informations- und Wissensgesellschaft zu erleichtern – gemäß unserem CR-Handlungsfeld „Chancengleiche Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft". Ein wichtiges Element der Ausbildung ist die Übernahme von gesellschaftlicher Verantwortung, beispielsweise im Rahmen des Wettbewerbs „Verantwortung gewinnt!".

„VERANTWORTUNG GEWINNT!": MEHR ALS 700 TEILNEHMER.

Der Telekom-interne Wettbewerb „Verantwortung gewinnt!" war im Berichtszeitraum erneut ein großer Erfolg: Mehr als 700 Auszubildende und dual Studierende aus ganz Deutschland reichten insgesamt rund 80 Projekte ein, in denen sie sich ehrenamtlich engagiert hatten. Mit dem Wettbewerb, der bereits zum vierten Mal stattfand, will die Telekom die Werteorientierung ihrer Nachwuchskräfte wertschätzen und fördern. Bei der Siegerehrung im Februar 2013 belegte ein Team aus Rottweil den ersten Platz für die Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen zur barrierefreien Gestaltung von drei Telekom Shops in der Region. Für ihre durch die gemeinnützige Stiftung BruderhausDiakonie fachkundig unterstützten Recherchen hatten sich die Auszubildenden selbst in den Rollstuhl gesetzt. Den zweiten Platz erhielt ein Team vom Ausbildungszentrum Nürnberg, das seniorengerechte Internet-Schulungen einschließlich Schulungsunterlagen entwickelte und gemeinsam mit dem Museum für Kommunikation in Nürnberg verschiedene Workshops anbot. Drittplatzierte wurden vier Auszubildende aus Bremen, die Workshops zum sicheren Umgang mit persönlichen Daten in sozialen Netzwerken an Schulen durchführten und das Thema Cybermobbing mit den Jungen und Mädchen diskutierten.

MINT-FÖRDERUNG AN DER HOCHSCHULE FÜR

Über eine große Erfahrung im Jugend-Mentoring verfügt die unternehmenseigene Hochschule für Telekommunikation Leipzig (HfTL). Mit einer Vielzahl von MINT-Initiativen will sie Kinder und Jugendliche für technisch-naturwissenschaftliche Berufe, Fach- und Führungspositionen begeistern. In zahlreichen praxisorientierten Projekten führt sie zudem bereits Kinder und Jugendliche an die entsprechenden Berufsfelder heran.

- **Schülerinnen-Mentoring-Programm:** Im Herbst 2012 startete das Jugend-Mentoring-Programm für Schülerinnen an der HfTL, in das wir insbesondere Schülerinnen mit Migrationshintergrund aufnehmen wollen. Schülerinnen aus drei Leipziger Schulen werden dabei über die Dauer von zehn Monaten von Mentorinnen begleitet, die ihnen bei der persönlichen Entwicklung und Fragen der Berufsorientierung zur Seite stehen. Im Rahmen eines umfangreichen Begleitprogramms können die jungen Frauen erste praktische Erfahrungen sammeln. Unsere vielfältigen Erfahrungen im Jugend-Mentoring stellen wir auch unseren Wettbewerbern zur Verfügung. 2012 haben wir ein Handbuch über das Konzept des Mentoring-Programms mit Empfehlungen für die Weiterführung durch andere Unternehmen und Institutionen veröffentlicht.

- **Schülermarketing an der Hochschule für Telekommunikation Leipzig:** Den Bereich Schülermarketing will die HfTL kontinuierlich ausbauen. 2012 hat sie zahlreiche Projekte in diesem Bereich neu gestartet beziehungsweise fortgeführt:

- **Junior-Ingenieur-Akademie:** In Kooperation mit der Deutsche Telekom Stiftung hat die HfTL an drei Leipziger Gymnasien eine Junior-Ingenieur-Akademie eröffnet. Insgesamt 16 Mittelstufenschüler werden sich dort in den kommenden zwei Jahren intensiv mit technischen Fächern auseinandersetzen und so ihre Interessen im MINT-Bereich weiterentwickeln. Bundesweit fördert die Stiftung bereits 39 Junior-Ingenieur-Akademien.

- **Kinder-Uni „Frag den Frosch":** Spielerische Erfahrungen mit Naturwissenschaft und Technik bietet die ebenfalls 2012 an der HfTL ins Leben gerufene Kinder-Uni. Zweimal pro Semester können Grundschüler hier angeleitet experimentieren und dabei ihre Interessen auf diesem Gebiet weiterentwickeln.

- **Tag der Technik:** Unter dem Motto „Erlebe Telekommunikation" veranstaltete die HfTL gemeinsam mit dem Bereich Schülermarketing der Telekom einen Tag der Technik im Gymnasium Schulpforte in der Nähe von Naumburg. Schüler der Klassenstufen acht bis zwölf konnten dabei die Hochschule kennenlernen und bei praktischen Experimenten in eigens errichteten Laboratorien ihre Berührungsängste mit den Fachgebieten Technik und Informatik abbauen. Außerdem wurde eine Exkursion zu einem Unternehmen der Deutschen Telekom angeboten. Der Tag der Technik ist ein Angebot, das die HfTL über das ganze Jahr mit wechselnden Teilnehmern durchführt.

- **Leipziger Schülerakademie:** Mit vier Vorlesungen führte die HfTL auch die Leipziger Schülerakademie 2012 erfolgreich fort. Schüler ab Klassenstufe neun können sich hier im Rahmen von Vorlesungen mit Themen aus dem natur- und ingenieurwissenschaftlichen Bereich auseinandersetzen.

SPEZIELLE UNTERSTÜTZUNG FÜR BENACHTEILIGTE JUGENDLICHE.

Unsere unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung nehmen wir auf allen Bildungsebenen ernst. 2012 haben wir mit dem Projekt „Meine Chance – ich starte durch" in Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit 119 Jugendlichen die Chance zum Berufseinstieg

geboten. Das Programm wendet sich insbesondere an Jugendliche mit Hartz-IV-Hintergrund. Auch im Jahr 2013 wollen wir das Projekt weiterführen.

BILDUNGSPROGRAMME FÜR VERNETZTES LEBEN UND ARBEITEN.

Im Rahmen ihres strategischen Ziels „Vernetztes Leben und Arbeiten" fördert die Deutsche Telekom weltweit zahlreiche Bildungsprogramme, wie die folgenden Beispiele zeigen.

Globul, die bulgarische Landesgesellschaft der Deutschen Telekom, will mit dem langfristigen Programm „Globul Hour" dazu beitragen, die Bildung und beruflichen Kompetenzen junger Menschen zu verbessern. Top-Manager und Experten aus dem Unternehmen unterstützen das Programm und geben ihr Wissen in Vorträgen und Seminaren an junge Menschen weiter. Das Programm richtet sich vor allem an Studenten der Nachrichtentechnik an der Technischen Universität Sofia. Im Mai 2012 beispielsweise wurden die Vorträge von mehr als 400 Studenten besucht.

T-Mobile Czech Republic kooperierte im Berichtszeitraum eng mit einigen weiterführenden Schulen mit den Schwerpunkten Technik und Wirtschaft. Im Rahmen dieses Projekts ließen Mitarbeiter, darunter auch der Chef des Unternehmens, in Vorträgen und anschließenden Diskussionen die Schüler an ihrem Wissen teilhaben.

T-Systems Czech Republic organisierte sogenannte Smart-Grid-Seminare für Auszubildende und Schüler weiterführender Schulen in Prag. Die Aktivitäten beinhalteten eine Fahrt nach Friedrichshafen in Deutschland, wo den Teilnehmern die Lösungen der Deutschen Telekom für intelligente Stromzähler und -netze für den Bildungssektor präsentiert wurden.

T-SYSTEMS SLOVAKIA: ICT-BILDUNG FÖRDERN.

T-Systems Slovakia beteiligte sich im Berichtszeitraum in Kooperation mit Bildungseinrichtungen an zahlreichen Programmen, mit denen ICT-Kompetenzen gefördert werden sollen.

- **ICT-Bildung in Grundschulen:** Etwa zehn Mitarbeiter des Unternehmens unterrichteten Schüler an vier Grundschulen in Košice in ICT-Themen wie Linux, Windows, Grundlagen der Programmierung und Internet-Sicherheit.

- **Bildungsakademie:** T-Systems Slovakia hat offiziell anerkannte Vorlesungen zu elf ICT-Themen entwickelt. Zudem wurden Dozenten geschult, die diese Vorlesungen vor Studenten der Technischen Universität Košice halten. Dabei werden die Kreditpunkte, die die Studenten in diesen Vorlesungen erwerben, von der Universität anerkannt.

- **Öffentliche Sommeruniversität und Abenduniversität für Studenten:** Mit den seit 2006 angebotenen Programmen an Sommer- und Abenduniversitäten hat T-Systems Slovakia ICT-Fortbildungskurse für die interessierte Öffentlichkeit in der Region Košice ermöglicht. Im Jahr 2012 konnten sich dort 160 Teilnehmer erfolgreich weiterqualifizieren.

GLOBUL: HAUPTSPONSOR DER „GRÜNEN OLYMPIADE".

Globul unterstützt als Partner die „Grüne Olympiade", die vom Bildungsportal Akademika BG organisiert wird. Ziel der Initiative ist es, das Wissen über Umweltfragen bei Schülern in Bulgarien zu verbessern und eine „grüne Kultur" bei jungen Menschen zu etablieren. Dabei fördert Globul die Initiative „Grüne Olympiade", die von Oktober bis Dezember 2012 durchgeführt wurde, um junge Menschen in Bulgarien für Umweltthemen zu sensibilisieren. Der landesweite Wettbewerb ist an Schüler der ersten bis zwölften Klasse gerichtet.

SOMMERPROGRAMM FÜR TRAINEES BEI GLOBUL.

Das jährliche Sommer-Traineeprogramm von Globul gibt jungen, ehrgeizigen Studenten die einzigartige Gelegenheit, Wissen und praktische Kompetenzen durch die Arbeit in einem dynamischen Geschäftsumfeld zu erwerben. 2012 nahmen 53 junge Menschen an diesem Programm teil.

„IDEA.GOES.APP AWARD" IN ÖSTERREICH.

Bereits zum sechsten Mal engagierte sich T-Systems als Partner beim landesweiten Schüler- und Lehrlingswettbewerb „Jugend Innovativ". Ziel ist die Förderung des kreativen Potenzials bei jungen Talenten und Forschern im Alter von 15 bis 20 Jahren. 2012 konnten kommunikations- und technikaffine Jugendliche ihre innovativen App-Ideen in den Bereichen Gesundheit, Energie und Mobilität einreichen.
Der T-Systems „idea.goes.app Award" ist mit insgesamt 5 000 Euro dotiert. Von insgesamt 26 eingereichten Projekten wurde im Jahr 2012 die App-Idee „First Aid Live" von drei jungen Abiturienten aus Salzburg als Siegerprojekt prämiert. „First Aid Live" ist eine effiziente Erste-Hilfe-Applikation, die potenziellen Helfern am Unfallort durch geführte Anweisungen eine optimale Erstversorgung ermöglicht.

GRÜNDERFÖRDERUNG & STIPENDIEN-PROGRAMME.

Die Deutsche Telekom fördert sowohl innerhalb des Konzerns als auch in der Gesellschaft begabte Studenten und innovative Geschäftsideen. Der 2012 eröffnete Start-up-Inkubator hub:raum der Telekom hat sich beispielsweise zum Ziel gesetzt, Unternehmensgründer bei der Umsetzung ihrer Ideen zu unterstützen. Zahlreiche Landesgesellschaften der Deutschen Telekom bieten zudem Stipendienprogramme an, die talentierten Studenten dringend benötigte finanzielle Unterstützung gewähren.

TELEKOM START-UP-INKUBATOR VERHILFT NEUEN IDEEN AUF DEN MARKT.

Um innovative Unternehmensgründer bei der Umsetzung ihrer Ideen zu unterstützen, eröffnete die Deutsche Telekom im Mai 2012 unter dem Namen hub:raum einen eigenen Start-up-Inkubator in Berlin. Bei hub:raum können Gründerteams ihre Geschäftsideen vergleichbar einem Brutkasten weiterentwickeln und auf den Markt bringen. Erfahrene Unternehmensgründer stehen ihnen dabei als Mentoren zur Seite, zudem bietet die Telekom eine Startfinanzierung (Seed-Funding) von bis zu 300 000 Euro.

Alle interessierten Start-ups können sich auf der hub:raum-Website um eine Aufnahme in das Programm bewerben. Pro Jahr sollen etwa 10 bis 15 Start-ups aufgenommen werden.

Im November 2012 startete zudem das erste hub:raum-Accelerator-Programm, ein achtwöchiges Training, in dem Gründerteams ihre Geschäftsideen zu finanzierbaren Geschäftsmodellen weiterentwickeln sollten. Zum Abschluss präsentierten die Gründerteams ihre Geschäftsmodelle vor ausgewählten Investoren und dem hub:raum-Team.

STIPENDIEN FÜR TALENTIERTE STUDENTEN.

Zahlreiche Auslandsgesellschaften der Deutschen Telekom bieten Stipendienprogramme an, die talentierten Studenten dringend benötigte finanzielle Unterstützung gewähren.

- So unterstützt beispielsweise Globul in Bulgarien zehn Studenten pro Jahr mit Stipendien. Die Stipendiaten erhalten dabei eine monatliche Unterstützung bis zum Abschluss ihres Studiums. Bei guten Leistungen während des Traineeprogramms sind diese Talente im Globul-Team sehr willkommen, soweit offene Stellen verfügbar sind.

- In Griechenland bietet das Stipendienprogramm von OTE-Cosmote finanzielle Unterstützung für Studienanfänger, die sich an Universitäten weit entfernt von ihren Heimatorten eingeschrieben haben. Bereits im elften Jahr in Folge unterstützt dieses Programm Studienanfänger an Hochschuleinrichtungen im ganzen Land und nun erstmals auch in den Ballungsgebieten Attika und Thessaloniki. Für das Studienjahr 2012/2013 haben OTE und Cosmote 20 Stipendien mit einem Gesamtumfang von jeweils 15 280 Euro vergeben sowie 26 Auszeichnungen im Wert von jeweils 1 528 Euro verliehen.

- Im November 2012 vergab Cosmote Romania fünf neue Stipendien und unterstützt damit seit 2010 insgesamt 15 Stipendiaten. Die Höhe der Stipendien, die über die gesamte Studiendauer gewährt werden, beläuft sich auf rund 700 Leu (circa 150 Euro) pro Monat und Student.

- Ebenfalls in Rumänien vergibt Romtelecom Stipendien zur Förderung von talentierten Studenten und jungen Menschen mit Führungspotenzial. Dabei wurden drei Stipendien für Studenten im Rahmen des internen Traineeprogramms über die Stiftung Romtelecom for Romanians finanziert. Vier Stipendien erhielten Studenten mit herausragenden Leistungen an der „Hochschule für Führungskräfte“, der einzigen Hochschule dieser Art in Rumänien. Mit einem weiteren Stipendium aus dem Stipendienprogramm von OTE wird einem rumänischen Studenten ein Studium am Perrotis College in Griechenland ermöglicht. Darüber hinaus bot Romtelecom weiterhin die Nutzung von Sprach-, Internet- und IPTV-Diensten im eigenen Labor in der Fakultät für Elektronik in Bukarest an.

- In Kroatien vergab T-HT Hrvatski Telekom Stipendien an die sechs besten Studenten der Fakultät für Elektrotechnik und Informatik. Zudem beteiligte sich T-HT Hrvatski Telekom am Kaptol-Stipendienprogramm „Schritt ins Leben“ des Rotary Club Zagreb und vergab fünf Stipendien an Studenten, die keine Eltern mehr haben. Damit wurden bislang 121 Stipendien an junge Menschen aus Kinderheimen und Pflegefamilien vergeben.

- Im dritten Jahr des Stipendienprogramms von T-Systems Slovakia wurden sechs Stipendien für das Studienjahr 2012/2013 im Wert von jeweils 1 400 Euro gewährt. Die sechs ausgewählten Studenten, zwei davon im letzten Studienjahr, studieren an Universitäten in Košice. Ziel des Programms ist es, talentierten jungen Menschen aus der Ostslowakei bessere Bildungsmöglichkeiten zu bieten, begabte Berufsanfänger weiterzubilden, die sich für die Entwicklung der Region einsetzen, und das Bewusstsein junger Menschen für regionale Identität und Möglichkeiten für ehrenamtliches Engagement zu stärken. Das Programm richtet sich an Hochschul- und Fachhochschulstudenten aus der Ostslowakei, die Informationstechnik und verwandte Fächer als Hauptfach studieren, sowie an Abiturienten, die eines dieser Fächer studieren möchten.

- T-Systems Malaysia startete im Berichtszeitraum ein Stipendienprogramm für besonders leistungsstarke Studenten im Rahmen seines Engagements für Bildung und zur Förderung des Wirtschaftsstandorts Malaysia. Die Stipendien ermöglichen dem wissenschaftlichen Nachwuchs eine Hochschulausbildung an Universitäten in ganz Malaysia.

- Bereits zum elften Mal in Folge vergab AMC Stipendien an Studenten. Im Rahmen des Programms erhalten die besten Studenten an staatlichen Universitäten Stipendien sowie Praktikums- und Beschäftigungsmöglichkeiten nach ihrem Studienabschluss. Das Programm trägt dazu bei, die Bildungsqualität und das Fachkräfteangebot in Albanien nachhaltig zu verbessern. Im Berichtszeitraum erhielten 18 Studenten, darunter acht Studienanfänger, ein Stipendium von AMC.

SPONSORING.

Kultur und Sport sind zwei Bereiche, aus denen die Gesellschaft Innovationskraft schöpft. Sie schaffen Zusammenhalt, ermöglichen grenzüberschreitende Verständigung und bewegen die Menschen.

Seit Jahren engagieren wir uns in Deutschland für die Sportwelt und fördern die Kulturlandschaft. Inzwischen zählen wir zu den größten nationalen Sponsoren in diesen Bereichen. Auch die Landesgesellschaften der Telekom sind in der Förderung von Kultur und Sport aktiv. Dieser Einsatz ist Ausdruck unseres Selbstverständnisses als internationaler Konzern, der seiner gesellschaftlichen Verantwortung vor Ort nachkommt.

Unsere Aktivitäten im Kultursponsoring konzentrieren sich auf die Förderung von Musik und bildender Kunst. Wir unterstützen etablierte Künstler und aufstrebende Talente in unterschiedlichen Sparten, um eine möglichst große Vielfalt zu erreichen.

Ob Leistungssport, Breiten-, Behinderten- oder Schulsport: Was für uns zählt, sind Teamgeist, Toleranz und gesellschaftliche Verantwortung. Diese Werte stehen im Zentrum unseres Sportsponsorings.

SPORTSPONSORING.

Im Mittelpunkt der Telekom-Sportsponsoring-Philosophie stehen Fairness, Toleranz und Teamgeist. Diese Werte, die auch für den Konzern gelten, fördern wir im Rahmen von langfristigen Engagements und Kooperationen. Um unserer gesellschaftlichen Verantwortung gerecht zu werden, setzen wir uns heute noch stärker als bisher für den Breiten-, Schul- und Behindertensport und für den Nachwuchsbereich ein. Im Jahr der Olympischen und Paralympischen Spiele in London 2012 spielten auch die Förderung von Spitzensportlern und in diesem Zusammenhang unsere Partnerschaften mit der Stiftung Deutsche Sporthilfe, dem Deutschen Olympischen Sportbund sowie dem Deutschen Behindertensportverband eine wichtige Rolle. Die Partnerschaft mit dem Deutschen Olympischen Sportbund haben wir Ende 2012 auslaufen lassen. Wir unterstützen den olympischen Spitzensport weiterhin über unser Engagement bei der Deutschen Sporthilfe.

INITIATIVE „NEUE SPORTERFAHRUNG“.

Im Jahr der Paralympischen Spiele 2012 führten wir im Rahmen unserer Initiative „Neue Sporterfahrung“ zahlreiche Sonderprojekte durch. Dabei erfahren Schüler der siebten bis zehnten Jahrgangsstufe hautnah, zu welchen Leistungen behinderte Sportler fähig sind. Insgesamt nahmen im Berichtszeitraum bundesweit rund 15 000 Schüler an einem der in den Schulunterricht integrierten Projekttage teil, seit dem Start der Initiative im Oktober 2009 erreichten wir bereits etwa 60 000 Schüler.

Trainieren mit Olympiasiegern.

Am 24. August 2012 veranstaltete die Telekom einen paralympischen Trainingstag in Köln, bei dem die Rollstuhlbasketballerinnen Mareike Adermann und Annika Zeyen noch vor ihrem Goldmedaillensieg bei den Paralympics 2012 Schüler in ihrer Sportart trainierten. Auch Holger Nikelis, amtierender Weltmeister im Rollstuhltischtennis, gab eine Trainingseinheit. Als Gast nahm die Silbermedaillengewinnerin der Olympischen Spiele 2012 im Fechten, Britta Heidemann, an den Trainings teil. An einem Augsburger Gymnasium standen Blindenfußball-Nationalspieler als Trainer bereit und in Frankfurt ebenfalls Nationalspieler und Paralympics-Teilnehmer im Rollstuhlbasketball.

Nachwuchsreporter bei den Paralympics.

In Kooperation mit dem Deutschen Behindertensportverband und der Kölner Journalistenschule veranstaltete die Telekom 2012 zudem den Wettbewerb „Nachwuchsreporter Paralympics 2012“. Interessierte Schüler waren aufgerufen, sich mit einem 60-Sekunden-Film zum Thema „Respekt – Paralympics 2012“ zu bewerben. Die Gewinner – vier Teams mit insgesamt 16 Schülern – wurden anschließend nach London eingeladen, von wo aus sie zwischen dem 29. August und dem 9. September im Internet live von den Paralympics berichteten.

Außerdem stellte die Telekom 2012 im Rahmen der Initiative „Neue Sporterfahrung“ allen weiterführenden Schulen in Deutschland das Unterrichtsmaterial „Leistungsstark mit Handicap“ zum Thema „Leben mit Behinderung“ zur Verfügung. Schirmherr für das neue Schulmaterial ist Hubert Hüppe, Behindertenbeauftragter der Bundesregierung.

PARTNERSCHAFT MIT BEHINDERTENSPORTVERBAND.

Als Partner des Deutschen Behindertensportverbands engagiert sich die Telekom seit 2006 im Behindertensport. Anlässlich der Olympischen und Paralympischen Spiele 2012 verlängerte sie im Jahr 2012 ihre Partnerschaft mit dem Deutschen Behindertensportverband um zwei Jahre. Außerdem sorgte sie während der Spiele für die kommunikative Infrastruktur im Deutschen Haus – dem Treffpunkt für Gäste aus Sport, Politik, Wirtschaft und Gesellschaft – einschließlich der Medienlounge für Journalisten.

Als Sponsor unterstützte der Konzern zudem die Wahl zum Behindertensportler des Jahres im November 2012. Zur Wahl standen Medaillengewinner der Paralympischen Spiele in London. Die Leichtathletin Birgit Kober, der Tischtennisspieler Jochen Wollmert und das Rollstuhlbasketball-Team der Damen wurden als Behindertensportler des Jahres 2012 gewählt.

TELEKOM UNTERSTÜTZT KARRIERE NACH DEM SPORT.

In Kooperation mit der Deutschen Sporthilfe rief die Telekom 2012 das „Förderprogramm zur Dualen Karriereplanung“ ins Leben. Ziel ist es, Leistungssportlern nach der aktiven Karriere den Einstieg ins Berufsleben zu erleichtern. Im Oktober 2012 kamen zwölf deutsche Spitzensportler zu einem professionellen Bewerbertraining in die Bonner Telekom-Zentrale, darunter Hockey-Olympiasieger Benjamin Wess, Sara Goller, Olympiafünfte im Beachvolleyball, Eisschnelllauf-Olympiasiegerin Katrin Mattscherodt und Spitzenturnerin Kim Bui. Ein zweites Bewerbertraining gab es im November 2012 mit zehn Sporthilfe-Athleten in der Allianz Arena in München. Beide Trainings wurden von Personalexperten der Deutschen Telekom durchgeführt.

Schwerpunkt des Programms „Duale Karriereplanung“ sind Praktikumsangebote, für die sich Interessenten bei der Sporthilfe unter einem Kennwort bewerben können. Bei der Auswahl wird deren besondere Situation berücksichtigt – zum Beispiel zusätzlicher Zeitaufwand für Training und Wettkampf sowie fehlende Berufserfahrung. Inzwischen haben mehrere Olympiateilnehmer am Förderprogramm teilgenommen.

„Dein Name für Deutschland“.

Als einer von vier nationalen Förderern unterstützt die Telekom seit 2011 die Kampagne „Dein Name für Deutschland“ der Deutschen Sporthilfe. Im Rahmen der Kampagne hat jeder sportbegeisterte Bürger

in Deutschland die Möglichkeit, deutsche Spitzensportler mit 3 Euro im Monat persönlich als offizieller Sponsor zu unterstützen. 2012 warb die Telekom an bundesweit 20 Standorten sowie über diverse interne Kommunikationsplattformen unter den Mitarbeitern für das Programm. Beim Bonn-Marathon 2012 startete die Marathon-Spitzenläuferin und Olympiateilnehmerin Susanne Hahn als Projektbotschafterin für das Telekom-Team. Insgesamt meldeten sich im Rahmen der Aktion rund 4 000 Mitarbeiter als Olympiasponsoren.

SPONSORING DES BONN-MARATHONS.

Die Telekom ist Sponsor des jährlichen Bonn-Marathons. Dort startet die Telekom regelmäßig mit einem eigenen Team. Zahlreiche Mitarbeiter reisen dafür auch von anderen Standorten an. Insgesamt starteten in diesem Jahr 700 Mitarbeiter der Telekom. 2012 bildete die Marathon-Spitzenläuferin und Olympiateilnehmerin Susanne Hahn gemeinsam mit drei Telekom-Mitarbeiterinnen eine Telekom-Sporthilfe-Staffel, die für die Sporthilfe-Kampagne „Dein Name für Deutschland“ warb. Ferner war die Sporthilfe mit einem eigenen Truck vor Ort und warb um Sponsoren für diese Initiative, deren Partner die Telekom ist. Auch 2013 unterstützen wir den Marathon in Bonn und bereiten unsere Mitarbeiter langfristig mit dem „Fit durch den Winter“-Programm darauf vor. 2012 meldeten sich 2 000 Mitarbeiter dazu an.

KULTURSPONSORING.

Von Beethoven und elektronischen Beats über zeitgenössische Kultur bis hin zu Cross-over-Kulturveranstaltungen: Die Deutsche Telekom fördert die Vielfalt der kulturellen Ausdrucksmöglichkeiten. Gemeinsam mit verschiedenen Partnern der nationalen und internationalen Kunst- und Musikszene wollen wir den Menschen Zugang zu einem breiten kulturellen Angebot ermöglichen. Dabei bringen wir unsere Erfahrungen in der effektiven und breitenwirksamen Kommunikation und Vermarktung ein. Zudem stellen wir bei Bedarf auch moderne Technologien und Produkte zur Verfügung.

INTERNATIONAL TELEKOM BEETHOVEN COMPETITION.

Mit der „International Telekom Beethoven Competition Bonn" unterstützt die Telekom junge Musiker auf ihrem Weg in die Spitzenklasse. 2005 riefen wir diesen Klavierwettbewerb ins Leben. Seither stellen sich alle zwei Jahre Nachwuchspianisten aus der ganzen Welt einer hochkarätig besetzten internationalen Jury. Vom 6. bis 14. Dezember 2013 findet die fünfte International Telekom Beethoven Competition in Bonn statt, bei der die Telekom als Veranstalter auftritt. Im Berichtszeitraum waren erneut junge Pianisten aufgerufen, sich um eine Teilnahme zu bewerben. Zugelassen werden 24 Teilnehmer.

„TELEKOM STREET GIGS" – DAS MUSIKERLEBNIS.

Nach dem Motto „Die besten Bands, wo sie keiner erwartet" treten seit 2007 bei den „Telekom Street Gigs" nationale und internationale Mainstream-Künstler an außergewöhnlichen Schauplätzen wie Fähren, botanischen Gärten oder Parkdecks auf. Für die Auftritte gibt es nur wenige Tickets, die von der Telekom über Gewinnspiele verlost werden, sie werden jedoch auch live im Internet sowie bei verschiedenen TV-Sendern übertragen. Die Telekom Street Gigs sind insbesondere bei jungen Menschen beliebt. So bewarben sich im Berichtszeitraum mehr als 65 000 Gewinnspielteilnehmer auf Konzerttickets für die Künstler Casper, Jupiter Jones, Linkin Park, Billy Talent und Medina. Zudem fanden ein Talent-Special mit Nachwuchskünstlern und ein Punkrock-Special mit drei Bands statt.

140 000 aktive Community-Mitglieder.

Die Zahl der aktiven Mitglieder der Community erlebte einen deutlichen Anstieg von fast 50 Prozent auf insgesamt rund 140 000 Mitglieder. Auch die Liveübertragungen der Konzerte im Internet via Stream wurden 2012 mit 75 000 Zuschauern sehr gut genutzt. Der Street Gig mit Linkin Park hatte in kürzester Zeit über eine Million Aufrufe auf YouTube. Zusätzlich verfolgten rund 2,5 Millionen Zuschauer die Übertragungen der Konzerte im Fernsehen. Neben ProSieben konnte die Telekom im Berichtszeitraum weitere TV-Sender wie Viva, sixx und iMusic als Partner für die Ausstrahlung gewinnen.

„ELECTRONIC BEATS" EUROPAWEIT.

Im Rahmen des internationalen Musikmarketingprogramms der Telekom, „Electronic Beats", fanden 2012 insgesamt 18 Musikveranstaltungen in Deutschland, Österreich, Tschechien, Ungarn, Kroatien, Polen, der Slowakei, Montenegro und den Niederlanden statt. Mehr als 30 000 Fans feierten aufstrebende und etablierte Künstler wie die Pet Shop Boys und New Order. Im Juni/Juli 2012 zeigten wir darüber hinaus eine Ausstellung mit Fotos und Cover-Artwork (Albumgestaltung) der Band New Order in dem Berliner Club .HBC Berlin, bei deren Eröffnung die Band sich vor Ort den Fragen des Publikums stellte.

Die Website electronicbeats.net wurde 2012 monatlich rund 200 000 Mal angeklickt, auf Facebook stiegen die Besucherzahlen in Spitzenmonaten sogar bis auf 380 000. Tausende Follower verzeichnen die Electronic-Beats-Profile auf SoundCloud und Twitter. Auch das vierteljährlich erscheinende Musik- und Clubkulturmagazin „Slices" wird gut angenommen und ist mittlerweile in zehn Märkten verfügbar. Die Telekom wird die Electronic Beats auch im Jahr 2013 weiter fördern.

SLOVAK TELEKOM FÖRDERT ROMA-MUSIK.

Slovak Telekom war der Hauptsponsor des Internationalen Roma-Festivals, das im August 2012 in Red Castle stattfand. Das Open-Air-Festival ist ein Forum für Roma-Künstler, die dort ihre Kultur präsentieren sowie typische Roma-Speisen und handgemachte Produkte anbieten konnten. Die Hilfsorganisation Wild Poppies setzt sich mit einem eigenen Stipendienprogramm für Roma-Kinder aus armen Familien oder Waisenhäusern ein. Sie ermöglichte diesen Kindern den Besuch des Festivals, das Slovak Telekom mit einer Spende von 40 000 Euro unterstützte. Slovak Telekom unterstützte außerdem das Roma-Weihnachtskonzert 2012. Es wurden CDs mit Stücken vom Weihnachtskonzert und vom Sommerfestival verkauft und die erzielten Erlöse der Hilfsorganisation Wild Poppies als Spende überreicht.

BESCHÄFTIGTE.

Als globaler Konzern agieren wir in einer schnelllebigen, innovationsgetriebenen Branche. Von unseren Mitarbeitern verlangt dies eine hohe Flexibilität und die Bereitschaft, sich während ihrer gesamten Berufslaufbahn immer wieder neuen Herausforderungen zu stellen – als Arbeitgeber sind wir gefordert, dafür die notwendigen Rahmenbedingungen zu schaffen. Wir unterstützen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem wir ihnen ein zukunftsfähiges Arbeitsumfeld, fachliche und persönliche Entwicklungsmöglichkeiten sowie darüber hinausgehende Leistungen zur Förderung von Gesundheit und der persönlichen Life Balance bieten. Unsere Angebote richten wir an den Bedürfnissen unserer Beschäftigten aus und berücksichtigen dabei verschiedene Lebensphasen. Sie reichen von Berufseinstiegstrainings über die Bereitstellung firmeneigener Kita-Plätze bis zum Generationendialog.

PERSONALVERANTWORTUNG.

Wir verfolgen ein ehrgeiziges Ziel: Wir wollen unsere Kunden begeistern und Dinge einfacher machen. Wir wollen die besten Kundenerfahrungen bieten – und zwar überall dort, wo Kunden mit unserem Konzern in Berührung kommen. Dafür setzen sich unsere Beschäftigten weltweit jeden Tag aufs Neue ein. Unsere verantwortliche Personalpolitik ist eine wesentliche Basis für unseren Erfolg. Mit unserer 2013 neu aufgelegten Personalstrategie haben wir einen umfassenden Prozess zur Modernisierung der Unternehmenskultur gestartet, um die Wettbewerbsfähigkeit, Innovationsstärke und Veränderungskompetenz des Konzerns langfristig zu steigern. Ebenso wie unsere konzernweiten Richtlinien zum Umgang mit Mitarbeitern („Employee Relations Policy") und unsere Sozialcharta zeigt die neue Personalstrategie, dass wir unsere Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeitern sehr ernst nehmen.

DER STRATEGISCHE ZUSAMMENHANG.

„Integrierte Netze für die Gigabit-Gesellschaft „, „Mehr Innovation durch Kooperation", „Sichere Cloud-Lösungen" und „Kunden begeistern" – das sind die vier Handlungsfelder der Konzernstrategie der Deutschen Telekom. Die Handlungsvorgaben „Kämpfen – Verändern – Erneuern" definieren die Herangehensweise zu ihrer Umsetzung. Daraus leiten wir unsere Personalstrategie ab. Externe Faktoren, die die Schwerpunkte unserer Personalstrategie beeinflussen, haben wir ebenfalls im Blick. Dazu gehören Megatrends wie Globalisierung, Individualisierung, Nachhaltigkeit und der demografische Wandel ebenso wie das Wettbewerbsumfeld der Deutschen Telekom. Wichtig ist uns, dass wir den Erfolg unseres Unternehmens und unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nachhaltig unterstützen und beschleunigen.

PRODUCTIVITY, PERFORMANCE, POWER – DIE DREI GROSSEN STOSSRICHTUNGEN UNSERER HR-STRATEGIE.

Anfang 2013 hat die Telekom eine neue Human-Resources(HR)-Strategie vorgestellt und den Rahmen für ihre Implementierung vorgegeben. Unser strategisches Leitbild ist klar formuliert: HR beschleunigt den Erfolg des Unternehmens und der Mitarbeiter. Mit diesem Leitbild verpflichten wir uns, Prozesse und Produkte mit messbarem Einfluss auf den Erfolg unseres Unternehmens und unserer Beschäftigten zu entwickeln. Unsere Personalarbeit orientiert sich daher konsequent an den drei strategischen Stoßrichtungen „Productivity", „Performance" und „Power".

- Productivity, also Produktivität, heißt, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit den richtigen Fähigkeiten, mit der richtigen Einstellung, am richtigen Ort und im richtigen Verhältnis von Kosten zu Kapazität einzusetzen. Das ist eine Grundsatzaufgabe für uns.

- Performance bedeutet, Leistungsorientierung systematisch einzufordern und ein Führungskonzept zu etablieren, das Leistung klar unterstützt und angemessen belohnt.

- Power steht für die Agilität, Flexibilität und Innovationskraft unseres Unternehmens. Wir schaffen die Rahmenbedingungen, die unser Personal inspirieren und motivieren.

Die drei strategischen Stoßrichtungen leisten einen maßgeblichen Beitrag zum Unternehmenserfolg der Deutschen Telekom.

DIE VIER STRATEGISCHEN SCHWERPUNKTE „HR BIG 4".

Für das Jahr 2013 haben wir uns folgende vier Schwerpunkte gesetzt:

HR BIG 1: Wir managen die interne und externe Mitarbeiterstruktur, um die Arbeitsproduktivität zu maximieren. Das bedeutet,

- wir setzen ein konsequentes „Total Workforce Management" um und
- führen ein „External Workforce Management" ein, um die externe Beschäftigung in allen Konzerneinheiten ganzheitlich zu steuern.

HR BIG 2: Wir verankern inspirierende Führungsgrundsätze, um Top-Leistung zu fördern und zu belohnen. Im Jahr 2013

- bereiten wir dazu die Einführung eines neuen Performance-Managementsystems für unsere oberen Führungskräfte vor, mit dem wir das unternehmerische Denken und Handeln stärker fördern, und
- führen erstmals konzernweit geltende Führungsprinzipien ein.

HR BIG 3: Wir gestalten moderne Arbeitswelten, um Berufserfahrung und Berufskenntnisse zu teilen und zu erweitern.

Dies erreichen wir,

- indem wir – orientiert an der demografischen Struktur unserer Belegschaft – Arbeitsmodelle anwenden, die sich an den unterschiedlichen Lebenszyklen unserer Beschäftigten ausrichten, und
- moderne Arbeitsplatzkonzepte und neue Arbeitszeitmodelle einführen.

HR BIG 4: Unsere Verpflichtung: Wir setzen klar und einfach um.

„HR MOVES!“ – ACHT STRATEGISCHE INITIATIVEN TREIBEN DIE UMSETZUNG UNSERER HR BIG 4.

Die Umsetzung der HR BIG 4 im Jahr 2013 beschleunigen wir mit dem Programm „HR MOVES!“. In dem Programm „HR MOVES!“ bündeln wir acht strategische Initiativen, die unsere wichtigsten Themen adressieren:

Demografie, Arbeitswelten, Zusammenarbeit, Effizienz, Führung, Leistung und Kosten. Diese Initiativen sorgen dafür, dass die HR BIG 4 im operativen Geschäft der Telekom maximale Wirkung entfalten. Dies sind die Initiativen im Überblick:

- **„Demografie als Chance“:** Wir identifizieren die Herausforderungen, die der demografische Wandel mit sich bringt, und entwickeln passende Lösungen. Schwerpunkte dabei sind lebenslanges Lernen, Gesundheit, Konzepte zur Flexibilisierung der Arbeitszeit und Kulturveränderungen.

- **„Future Workplace“:** In einem ersten Pilotprojekt haben wir ein Arbeitsplatzkonzept entwickelt, das architektonische Anforderungen ebenso berücksichtigt wie die dafür notwendige IT-Infrastruktur und die Kultur der Zusammenarbeit. Die Gestaltung der Büroräume schafft eine moderne Arbeitsatmosphäre und fördert die enge Kooperation unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Dieses Konzept wird unser Standard für die Optimierung des Immobilienportfolios im Telekom Konzern.

- **„Global Collaboration“:** Wir unterstützen die internationale Zusammenarbeit in unserem Konzern. Dazu fördern wir im ersten Schritt die Nutzung der englischen Sprache im Arbeitsalltag. Darüber hinaus entwickeln wir technische Lösungen für eine noch einfachere virtuelle Zusammenarbeit.

- **„Fix the Basics“:** Wir reduzieren die Komplexität in unseren Personalprodukten und in den Prozessen. Wir verschlanken das gesamte HR-Portfolio. Zudem gestalten wir eine integrierte, kundenorientierte HR-Prozesslandschaft mit weitgehender Automatisierung.

- **„Telekom Führungsprinzipien“:** Wir entwickeln erstmals konzernweit einheitliche Führungsprinzipien. Diese Prinzipien integrieren wir in unsere Führungsprozesse und -systeme.

- **„Neues Performance-Management“:** In dieser Initiative vereinfachen wir für unsere oberen Führungskräfte bestehende Instrumente für das Performance-Management. Den Schwerpunkt legen wir darauf, Strategieumsetzung und Eigeninitiative zu belohnen.

- **„External Workforce Management“:** Unser Ziel ist es, die Kosten externer Beschäftigung durch effiziente Steuerungsmechanismen zu reduzieren. Dazu führen wir einheitliche Qualitätskriterien ein, die sich auf die Mengen-, Preis- und Skill-Struktur der externen Belegschaft auswirken.

- **„The Way We Work“:** Wir implementieren im Personalbereich Methoden und Arbeitsprozesse, mit deren Hilfe wir in der täglichen Arbeitspraxis noch einfacher, kunden- und ergebnisorientierter zusammenarbeiten.

HR-VORHABEN KLAR UND EFFIZIENT UMSETZEN.

Der Personalbereich der Deutschen Telekom hat sich als Partner und anerkannter Berater für das operative Geschäft in unserem Konzern etabliert. Diese Rolle füllen wir dann am besten aus, wenn wir unsere Aktivitäten konsequent an den Anforderungen unserer internen Kunden orientieren: den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern des Konzerns, die für unsere Endkunden täglich ihr Bestes geben. Deshalb stellen wir regelmäßig unser Produkt- und Service-Portfolio sowie unsere Prozesse auf den Prüfstand. Dabei lauten unsere Maßgaben:

- Wir schneiden unsere Angebote auf den aktuellen Bedarf der Businessbereiche zu.

- Wir sprechen die Sprache der Kunden und formulieren auch unser Angebot in ihrer Sprache.

- Wir bilden die Angebote konzernweit einheitlich entlang übersichtlicher Kategorien ab.

Für mehr Einfachheit: HR-Portfolio auf dem Prüfstand.

2013 gehen wir das Thema Einfachheit mit konkreten Maßnahmen weiter an:

- Die strategische HR-Initiative „Fix the Basics“ stellt die Einfachheit aktueller HR-Produkte in den Mittelpunkt unserer Bemühungen. Dazu gehört auch, dass wir die Komplexität im Produktportfolio reduzieren. Veraltete, nicht mehr bedarfsgerechte Produkte passen wir entweder an oder schaffen sie ab.

- Beim „HR Category & Product Management“ geht es 2013 vor allem darum, die HR-Rollen zu schärfen und klare Verantwortlichkeiten im Konzern zu verankern. Diese Rollen verdeutlicht das konzernweit eingeführte Dreirollenmodell von HR: Steuernde Aufgaben übernehmen unsere „HR Competence Center“, unsere „HR Business Partner „ beraten zu strategischen Personalthemen, Dienstleistungen für das operative Geschäft erbringen unsere „Group HR

Services“. Mit dieser Struktur und Verfahrensweise verbessern wir kontinuierlich unsere segmentübergreifende Personalarbeit und festigen die reibungslose Interaktion zwischen den HR-Rollen.

- Durch die Initiative „Lean HR“ stellen wir im HR-Bereich eine marktgerechte HR-Betreuungsquote des Business sicher. Dies bedeutet: Wir verbessern unsere HR-Funktion auf allen Ebenen kontinuierlich und stellen uns effizienter auf. Die Betreuung von Führungskräften und Mitarbeitern durch HR soll in einem angemessenen und im Marktvergleich wettbewerbsfähigen Betreuungsverhältnis erfolgen.

Durch die klare Übernahme von Verantwortung, die kontinuierliche Rückkopplung von Kundenfeedback und die konsequente Umsetzung identifizierter Handlungsschwerpunkte orientiert und fokussiert sich unsere Personalarbeit klar auf die Bedürfnisse des Business.

EMPLOYEE RELATIONS POLICY.

Die konzernweiten Standards bezüglich der Themen Mitarbeiterbeziehungen („Employee Relations“) sowie Zusammenarbeit mit Gewerkschaften und Arbeitnehmervertretern werden bei der Telekom in einem eigens hierfür eingerichteten Bereich entwickelt. Darüber hinaus fördert der Bereich den Erfahrungsaustausch zum Thema Mitarbeiterbeziehungen in den verschiedenen Ländern.

Die bis Ende 2012 konzernweit eingeführte „Employee Relations Policy“ definiert die Kernelemente der Personalpolitik der Deutschen Telekom und beschreibt, wofür wir in den Beziehungen zu unseren Beschäftigten weltweit stehen. Diese Beziehungen werden von unseren gemeinsamen Werten geprägt und leiten sich aus unseren fünf Guiding Principles sowie aus weiteren Konzernrichtlinien ab. Darüber hinaus enthält die Employee Relations Policy Aussagen zu folgenden Themen:

- Mitarbeiterentwicklung
- verantwortungsvoller Umgang mit Veränderungen
- Gesundheit und Nachhaltigkeit
- faire Bezahlung
- Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben
- Führung
- Diversity
- Verbot von Diskriminierung
- Kommunikation
- Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner

2013 haben wir mit dem Monitoring der Employee Relations Policy auf Basis einiger Kennzahlen begonnen, darüber hinaus planen wir im Verlauf des Jahres Reviews in einzelnen Ländern. Das Monitoring der Employee Relations Policy beziehungsweise der daraus abgeleiteten Maßnahmen werden wir als kontinuierlichen Prozess implementieren.

BEGLEITMASSNAHMEN ZUR EINFÜHRUNG DER EMPLOYEE RELATIONS POLICY.

Landesspezifisch haben wir 2012 verschiedene Begleitmaßnahmen zur konzernweiten Einführung und Umsetzung der Employee Relations Policy aufgesetzt:

T-Mobile USA: Bei T-Mobile USA wurde die Initiative „Best Place to Perform and Grow“ zur Verbesserung der Mitarbeiterzufriedenheit gegründet. In diesem Rahmen sammelt ein Projektteam das Feedback aus individuellen Rückmeldungen der Mitarbeiter sowie aus Austrittsinterviews und wird auch die Ergebnisse der Mitarbeiterbefragung nutzen. Zudem wurden im Bereich Kundenservice Maßnahmen erarbeitet, die beispielsweise zu einer gezielten Kommunikation von Informationen beitragen, die Entwicklungsmöglichkeiten für Mitarbeiter verbessern und stärkere Leistungsanreize setzen.

Als zweite Maßnahme wurde die „Politik der offenen Tür“ weiter gestärkt, um insbesondere Vorwürfen wegen Belästigung oder Diskriminierung zeitnah, gründlich und fair nachzugehen. Diese Kommunikationsinitiative informiert Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über ihre Rechte und zeigt auf, an wen sie sich bei Beschwerden, Bedenken und Ähnlichem wenden können.

T-Systems South Africa: Bei T-Systems South Africa gehen unsere Aktivitäten über lokale Standards und gesetzliche Bestimmungen hinaus. So findet beispielsweise ein regelmäßiger Austausch zwischen Management und Mitarbeitern statt, obwohl keine Gewerkschaft im Betrieb vertreten ist. Dieser sogenannte „Employee Consensus Seeking Approach“ trägt dazu bei, dass die Belange der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter frühzeitig in die unternehmerischen Entscheidungen einbezogen und darin berücksichtigt werden.

T-Systems Malaysia: Anfang 2012 hat T-Systems Malaysia ein neues Einstellungsverfahren für Führungskräfte auf Basis der Guiding Principles sowie der Employee Relations Policy entwickelt. Es definiert die an der Auswahl zu beteiligenden Personen, einzelne Verfahrensschritte sowie notwendige Qualifikationen. So soll ein Standardprozess mit klaren Rollenverteilungen und Verantwortlichkeiten sowie langfristig ein Messwertsystem mit KPIs etabliert werden, der sicherstellt, dass Führungskräfte eine Vorbildfunktion in Bezug auf die Guiding Principles der Deutsche Telekom Gruppe einnehmen.

SOZIALCHARTA: EINHALTUNG VON MINDESTSTANDARDS.

Bereits 2003 haben wir unsere konzernweit gültige Sozialcharta (Download) verabschiedet, die auf den Grundsätzen des Global Compact , den OECD-Leitsätzen und den ILO-Kernarbeitsnormen beruht. Mit ihr wurde die Einhaltung internationaler Standards festgeschrieben. Sie behandelt wesentliche Themen wie das Verbot von Kinderarbeit, Chancengleichheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung. Auch unsere Lieferanten sind verpflichtet, diese einzuhalten.

Im „Social Performance Report“ prüfen wir jährlich die Einhaltung der in der Sozialcharta beschriebenen Grundsätze durch unsere Konzerngesellschaften. 2012 haben wir unsere jährliche Abfrage um zwei Detailfragen zu den Themen Vereinigungsfreiheit und Tarifverhandlungen ergänzt. Die Rückmeldungen bestätigten, dass die Grundsätze der Sozialcharta konzernweit verlässlich umgesetzt werden. Für das Jahr 2012 haben damit alle konsolidierten Einheiten der Telekom mit Personal im In- und Ausland in Übereinstimmung mit unserer Sozialcharta gehandelt. Eine Zusammenfassung des Social Performance Report 2012 ist auf der Internet-Seite der Deutschen Telekom veröffentlicht.

Bei der Deutschen Telekom ist die Funktion „Head of Group Relations Management“ für alle Anliegen mit Blick auf Menschenrechte verantwortlich. Das Thema ist bei dieser Funktion seit November 2012 verankert.

ERSTMALIGER TARIFVERTRAG BEI T-MOBILE USA.

Ein Beispiel für unsere international hohen Standards bei Arbeitnehmerrechten bietet T-Mobile USA. Entgegen anderslautenden Darstellungen, respektiert die Landesgesellschaft das US-Arbeitsrecht ohne jede Ausnahme, das heißt auch die Regelungen und gesetzlich vorgeschriebenen Prozesse zum Recht, sich gewerkschaftlich zu organisieren. T-Mobile USA hindert keinen Arbeitnehmer daran, eine Gewerkschaft zu gründen oder einer beizutreten, und benachteiligt auch niemanden, der dies versucht. Am 23. Oktober 2012 unterzeichnete T-Mobile USA erstmals einen Tarifvertrag mit der amerikanischen Gewerkschaft „Communications Workers of America“ (CWA). Er betrifft 16 Mitarbeiter in Connecticut, die sich am 19. Juli 2011 für eine gewerkschaftliche Vertretung entschieden hatten.

Besonders hervorzuheben im Tarifvertrag sind das leistungsorientierte Vergütungssystem, die Krankenversicherungsleistungen, Arbeitsunfähigkeitsversicherung, Lebensversicherung, Unfall- und Invalidenversicherung, bezahlte Freistellung, Mitarbeitervergünstigungen, Beratungsdienste und Erstattung von Ausbildungskosten.

UNTERNEHMENSKULTUR.

Gemeinsam mit der Belegschaft initiiert die Telekom einen tief greifenden Wandel in der Unternehmenskultur hin zu agileren, effizienteren Arbeitsabläufen und einem stärker innovativen und unternehmerischen Denken. Wir fördern die Eigenverantwortung unserer Mitarbeiter, bauen die internationale Zusammenarbeit aus und stärken konzernweit unsere vertrauensbasierte Unternehmenskultur. Unsere Guiding Principles sowie der Code of Conduct sind die Basis für unsere gemeinsame globale Unternehmenskultur.

UNSERE LEITLINIEN – ANKER UNSERER WELTWEITEN UNTERNEHMENSKULTUR.

Eine klare Orientierung an Werten ist ein fester Bestandteil unserer Unternehmenskultur. In der Deutschen Telekom gehören Integrität, gegenseitige Wertschätzung, Verlässlichkeit, konsequente Kundenorientierung und Leistungsorientierung zu den für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geltenden Grundsätzen des Handelns. Festgehalten sind diese Grundsätze in unseren Guiding Principles, die mittlerweile für alle 56 Konzerngesellschaften und damit – die griechische OTE ausgenommen – für alle konsolidierten Einheiten der Deutschen Telekom verankert sind. Auch die OTE schließt die Implementierung der Guiding Principles im Jahr 2013 ab.

Die Guiding Principles sind fest in unsere Unternehmens- und Personalprozesse integriert, etwa in die Mitarbeiterkompetenzmodelle und die Mitarbeiterbeurteilungen aller Auslandsgesellschaften. Damit stellen wir eine konzernweit einheitliche Ausrichtung unserer Kultur sicher. Mit Veranstaltungen und themenbezogenen Kampagnen sorgen wir für eine kontinuierliche Auseinandersetzung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit unseren grundlegenden Werten. Ein Höhepunkt war 2012 der „Tag der Leitlinien“, der bereits zum dritten Mal stattfand.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bestätigen, dass unser Engagement rund um die Werte unserer Unternehmenskultur Früchte trägt: 63 Prozent der Teilnehmer an der konzernweiten Mitarbeiterbefragung 2012 richten ihr Handeln im Alltag immer selbstverständlicher an den Leitlinien aus und erleben sie als feste Basis der Zusammenarbeit.

Tag der Leitlinien: Unternehmenskultur im Arbeitsalltag verankert.
Um die Guiding Principles im Arbeitsalltag erlebbar zu machen, findet jährlich konzernweit ein „Tag der Leitlinien“ statt. Alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind aufgerufen, sich an diesem Tag vorrangig mit den Leitlinien und ihrer Umsetzung im Alltag auseinanderzusetzen. 2012 fand am 26. September der nunmehr dritte Tag der Leitlinien unter abermals großer Beteiligung statt. Im Rahmen der konzernweiten Aktion fanden in 34 Ländern und 50 Geschäftseinheiten sowie in 19 verschiedenen Sprachen in allen beteiligten Gesellschaften lebendige und ideenreiche Aktionen wie Teamveranstaltungen, Diskussionsrunden oder überraschende Tanzeinlagen in Form eines Flashmobs rund um unsere Leitlinien statt.

Der Tag erhielt auch im Nachgang große Resonanz: Rund 500 Bilder, Videos und Kommentare zum Tag der Leitlinien wurden zur Veröffentlichung im Intranet eingereicht und das im Juni 2012 gestartete Intranet-Special wurde bis Jahresende mehr als 100 000 Mal angeklickt. Der nächste Tag der Leitlinien ist für den 25. September 2013 geplant.

CODE OF CONDUCT: VERHALTENSKODEX FÜR DEN ARBEITSALLTAG.

Wie jeder Einzelne die Guiding Principles im Arbeitsalltag leben kann und soll, definiert unser konzernweit gültiger Verhaltenskodex, der Code of Conduct. Er verknüpft das Wertegerüst der Guiding Principles mit einem klaren, rechtlichen Handlungsrahmen für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Auf diese Weise bildet der Code of Conduct die Brücke zwischen Unternehmenskultur und Compliance-Bewusstsein und unterstützt uns dabei, die gestiegenen gesellschaftlichen Anforderungen an regelkonformes und rechtlich einwandfreies Verhalten zu konkretisieren.

Den Code of Conduct überarbeiteten wir in den Jahren 2010 und 2011 grundlegend und implementierten ihn in allen vollkonsolidierten Konzerngesellschaften. Diesen Prozess begleiteten wir in allen Einheiten über die Pulsbefragung bis Ende 2012. 72 Prozent der Befragten bestätigten am Ende des Implementierungsprozesses, dass der Code of Conduct für sie eine wichtige Orientierungsmarke im beruflichen Handeln darstellt.

Deutlich gestiegen ist die Zahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die der Auffassung sind, rechtliches oder ethisches Verhalten ohne negative Konsequenzen melden zu können. Hier stieg der Wert in der konzernweiten Mitarbeiterbefragung von 67 Prozent im Jahr 2010 auf 75 Prozent 2012.

2012 standen Kampagnen, Schulungen und weiterführende Richtlinien zu einzelnen Regelungsbereichen des Code of Conduct im Zentrum unserer Aktivitäten. Dazu gehörten unter anderem eine große, konzernweite Antikorruptionskampagne sowie zahlreiche dezentrale Compliance-Schulungen. Wichtige Verhaltensregeln geben wir unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch mit aktuellen Richtlinien zu den Themen Beratung und Sponsoring an die Hand.

EINHEITLICHE TOOLS UND INTERNATIONALES NETZWERK UNTERSTÜTZEN CHANGE-MANAGEMENT.

Ob in unserem Heimatmarkt Deutschland oder in den europäischen Landesgesellschaften und Beteiligungen: Die Telekom will und muss ihren Kunden herausragenden Service zu wettbewerbsfähigen Kosten bieten. Darum geht der Umbau unseres Konzerns weiter. Ziel ist es, die Struktur unseres Unternehmens so effizient und gleichzeitig für die Kunden so flexibel wie möglich zu gestalten. Von unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erfordert dies die Bereitschaft, sich auf den Wandel einzulassen. 2009 haben wir ein konzernweites Change-Management eingeführt, um die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei den einschneidenden Veränderungen zur „Neuen Telekom“ zu begleiten und die neuen Strukturen sowie die neue Unternehmenskultur im Arbeitsalltag zu verankern. Ein einheitliches Verständnis des Wandels im gesamten Konzern unterstützen wir durch den weltweit nutzbaren „Change Navigator“ – einen Handwerkskasten mit Tools und Informationen rund um das Thema Change und Veränderungsmanagement. Als konzernweite Best-Practice-Plattform hilft er, geeignete Maßnahmen für das Management von Veränderungsprojekten und -prozessen zu ermitteln und auszuarbeiten. Der Change Navigator wird auf Basis von Erfahrungen und Feedback ständig weiterentwickelt. Die professionelle Begleitung durch Change-Experten kann er jedoch nicht ersetzen. Die Telekom bietet daher auch zertifizierte Ausbildungsgänge an, in denen sie die HR Business Partner und die Führungskräfte in den Geschäftseinheiten vor Ort zu Change-Managern ausbildet. Außerdem sorgen wir für eine gute Vernetzung und einen regelmäßigen Austausch unter unseren Change-Experten beispielsweise über eine Social-Media-Plattform oder Telefonkonferenzen.

AGILITÄT, AUSTAUSCH UND INNOVATIONSORIENTIERUNG FÖRDERN – EIN NEUER BEREICH ZEIGT DEN WEG.

Die Neuausrichtung unserer Personalarbeit setzen wir konsequent um. Seit Januar 2013 bündeln wir unsere Aktivitäten zur kulturellen Transformation der Deutschen Telekom in dem eigenen Bereich Group Transformational Change. Er entwickelt nachhaltige Lösungen und Angebote für die künftige Arbeits- und Lebenswelt. Dazu zählen neue Formen der internen und externen Zusammenarbeit, agile Arbeitsformen, eine gesteigerte Innovations- und Service-Orientierung sowie die gezielte Förderung unternehmerischen Denkens und Handelns. Im Jahr 2012 setzten wir bereits eine Reihe von Pilotmaßnahmen um. 2013 verstärken wir diese Aktivitäten. Group Transformational Change arbeitet nicht mit standardisierten Trainingsmaßnahmen und Seminarprogrammen, sondern mit bedarfsorientierten Kreativformaten. Das Konzept treibt die Erneuerung der Unternehmenskultur voran – und dies nicht durch Vorgaben aus der Konzernzentrale, sondern durch konkrete Maßnahmen und Initiativen in den Geschäftseinheiten der Telekom.

SERVICE-ORIENTIERUNG WEITER AUSBAUEN.

Immer und überall den bestmöglichen Service für unsere Kunden zu bieten, das ist ein Grundwert der Deutschen Telekom und eines unserer wichtigsten Differenzierungsmerkmale im Wettbewerb. Wir haben zahlreiche Initiativen und Programme zur Förderung des Service-Gedankens in den Gesellschaften und Segmenten der Telekom etabliert. Diese Vorhaben stellen sicher, dass wir die erste Wahl für unsere Kunden sind und bleiben. Nur ein Beispiel von vielen ist das Programm „Voluntary Christmas Helpers“ bei Magyar Telekom, in dessen Rahmen zu Weihnachten über 200 zusätzliche Mitarbeiter freiwillig in den Shops aushelfen. Die slowakische Landesgesellschaft Slovak Telekom verleiht an besonders serviceorientierte Beschäftigte den „Service Hero Award“. In fast allen Gesellschaften unseres Unternehmens gibt es Initiativen und Programme, die die Service-Qualität sichern und verbessern.

In Deutschland setzen wir seit 2008 auf unsere „Service Akademie“. Die Teilnahme ist für alle Führungskräfte verpflichtend. Die Service Akademie zielt darauf ab, den Service-Gedanken, das Kundenverständnis und die Dienstleistungskompetenz zu maximieren, gerade auch bei Führungskräften ohne direkten Kundenkontakt. Um dieses Ziel zu erreichen, erhalten die Manager in der Service Akademie die Gelegenheit, realitätsnah zu lernen, was unsere Kunden im täglichen Geschäft von uns erwarten. Das Programm vermittelt neben theoretischem Wissen auch praktische Service-Erfahrungen: Die Teilnehmer besuchen verschiedene Service-Bereiche und Filialen, in denen sie konkrete Aufgaben im direkten Kundenkontakt übernehmen. Die Service Akademie erreichte in den letzten fünf Jahren jedes Jahr 98 Prozent der leitenden Angestellten in Deutschland. Im Jahr 2012 nahmen rund 1 800 Führungskräfte an diesem Programm teil.

Derzeit befassen wir uns mit der konkreten Planung, die bislang deutsche Service Akademie zur internationalen „Service Academy“ weiterzuentwickeln. Zielgruppe sind künftig nicht mehr ausschließlich die oberen Führungskräfte in Deutschland, sondern hierarchieübergreifend zusammengesetzte, internationale Teilnehmergruppen. Das Programmangebot besteht in Zukunft aus Lern- und Praxismodulen, die wir gemeinsam mit Stakeholdern entwickeln.

VIELFALT & CHANCENGLEICHHEIT.

Die Deutsche Telekom vereint Menschen aus 34 Ländern, in denen wir tätig sind, mit ganz unterschiedlichen kulturellen Hintergründen, Vorstellungen und Fähigkeiten. Diese Diversity, also Vielfalt, fördern und nutzen wir als Quelle von Kreativität und Agilität. Wir sind überzeugt davon, dass Vielfalt soziale Integration erleichtert und die berufliche Entwicklung begünstigt. Diversity verbessert das Kundenverständnis, fördert Innovationen und steigert im Ergebnis den Erfolg des Unternehmens.

Darüber hinaus treibt diese Vielfalt maßgeblich den Wandel unserer Unternehmenskultur hin zu einer offenen, flexiblen und agilen Organisation voran. Dabei sind es vor allem internationale, alters- und geschlechtsgemischte Teams, die durch differenzierte Herangehensweisen und sich ergänzende Kompetenzen unseren Erfolg in unseren globalen Märkten gewährleisten. Daher bieten wir allen Mitarbeitern in ihren verschiedenen Lebensphasen vielfältige Möglichkeiten, sich beruflich und individuell zu entfalten: in Deutschland und international, für Frauen und Männer, Jung und Alt. Ein wichtiger Punkt dabei ist auch der flexiblere Umgang mit Arbeitszeiten. 2012 haben wir zudem unser Programm „work-life@telekom“ zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben weiter ausgebaut. Als Unterzeichner der Charta der Vielfalt der gleichnamigen Initiative haben wir uns auch offiziell dazu verpflichtet, Diversity im Unternehmen zu fördern.

GENDER ALS WICHTIGER BAUSTEIN VON DIVERSITY.

Wir sind davon überzeugt, dass alters- und geschlechtsgemischte Teams durch differenzierte Herangehensweisen und sich ergänzende Kompetenzen unseren Erfolg in den globalen Märkten gewährleisten. Die Förderung von Vielfalt – auch in Bezug auf die Erhöhung des Frauenanteils auf allen Hierarchieebenen – ist daher eine der wichtigsten unternehmerischen Zielsetzungen.

Immer mehr Frauen in Führungspositionen.
Im Jahr 2010 setzte sich die Deutsche Telekom als erstes DAX-30-Unternehmen das Ziel, bis Ende 2015 im Rahmen der Initiative „Fair Share“ weltweit 30 Prozent der Führungspositionen im mittleren und oberen Management im Konzern mit Frauen zu besetzen. Um dieses Ziel erreichen, setzen wir insbesondere auf die Entwicklung eigener weiblicher Führungstalente. Wir unterstützen Frauen gezielt auf ihrem Weg in eine Führungsposition, aber auch bei ihren derzeitigen Führungstätigkeiten.

- Dazu verankern wir „Fair Share“ in segmentspezifischen Zielsystemen und überprüfen die Maßnahmen zu deren Umsetzung durch ein einheitliches Reporting.
- Wir setzen auf ein konsequentes Bekenntnis unserer Führungskräfte und darauf, dass unsere Führungskräfte die Werte unseres Konzerns glaubhaft vorleben. Dies unterstützen wir durch gezielte Kommunikationsmaßnahmen.
- Wir integrieren diversity-konforme Qualitätsmaßstäbe in alle HR-Produkte und HR-Prozesse, insbesondere in unsere Auswahl- und Besetzungsprozesse.

Auch die vom Konzern geförderten Frauennetzwerke erfahren regen Zulauf und werden bereits von mehr als 1 000 Frauen genutzt.

Der Blick in die jüngste Vergangenheit zeigt: Seit Einführung der Frauenquote schauen wir auf eine positive Entwicklung der Quotenwerte zurück. Der Anteil der Frauen im Führungskräftebereich konnte konzernweit von 19 Prozent (Februar 2010) auf 24 Prozent (Dezember 2012) gesteigert werden. Im Vergleich zu Dezember 2011 sank der Frauenanteil in Führungspositionen leicht um 0,7 Prozent aufgrund der Umstrukturierung (inklusive Verkäufen) bei T-Mobile USA. In allen anderen Segmenten konnte der Anteil wie in den Vorjahren gesteigert werden. Auch den Frauenanteil in unseren Aufsichtsräten haben wir seit 2010 konsequent erhöht, wobei wir insbesondere beim Arbeitgeberanteil einen deutlichen Anstieg zu verzeichnen haben: 2010 betrug der Frauenanteil in Deutschland 17,7 Prozent, Ende 2012 bereits 24,8 Prozent. Im selben Zeitraum stieg arbeitgeberseitig der Anteil von Frauen in den internationalen Aufsichtsgremien von 7,4 Prozent auf 25,5 Prozent. Darüber hinaus sind seit 2012 zwei unserer sieben Vorstandspositionen mit Frauen besetzt. Im internationalen Management Team unterhalb des Konzernvorstands, dem Business Leader Team, wurde der Frauenanteil von zwei (Februar 2010) auf neun (Dezember 2012) erhöht.

Gender Collaboration Trainings: Gemischte Teams richtig führen. Bereits Ende 2010 starteten die konzernweiten „Gender Collaboration Trainings“, die für alle Führungskräfte Pflicht sind. Ziel der Trainings ist es, Führungskräfte auf das Führen geschlechtsheterogener Teams vorzubereiten und die Potenziale divers zusammengesetzter Mitarbeitergruppen aufzuzeigen. Bis Dezember 2012 haben allein in Deutschland bereits mehr als 3 600 Führungskräfte an den Trainings teilgenommen.

DEMOGRAFIE ALS CHANCE.

Der demografische Wandel prägt schon heute wesentliche Teile unserer Personalarbeit. Wir gehen die mit diesem Wandel verbundene Herausforderung aktiv an. In unseren Auswahlverfahren betrachten wir nicht nur Zeugnisnoten, sondern auch soziale Kompetenzen. Wir bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern attraktive Ausbildungsplätze, wir binden sie durch Fort- und Weiterbildungsangebote längerfristig an

das Unternehmen und eröffnen ihnen neue und interessante Perspektiven für ihr Berufsleben.

Im Rahmen der demografischen Entwicklung ist es unser Anspruch für die Zukunft, bei jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter den gesamten individuellen Lebenszyklus im Unternehmen zu begleiten. Ein wichtiger Punkt dabei ist der flexiblere Umgang mit Arbeitszeiten. Die Einführung von sogenannten Lebensarbeitszeitkonten ist ein erster Schritt in diese Richtung.

Das Thema Gesundheit ist ein weiterer wichtiger Aspekt bei der demografischen Entwicklung. Diesem Thema begegnen wir bereits heute mit gesundheitsfördernden Maßnahmen.

Die Altersspanne unserer Beschäftigten steigt ebenso wie das Durchschnittsalter unserer Belegschaft. Gleichzeitig verlängert sich die Lebensarbeitszeit. Diese Entwicklungen steuern und nutzen wir durch den Einsatz neuer Lehr- und Lernformate.

Generationendialog und Demografiebewusstsein.
Bereits seit mehreren Jahren hat die Deutsche Telekom verschiedene Bildungs- und Entwicklungsangebote aufgesetzt, die den Lern- und Arbeitsbedürfnissen der immer heterogeneren Belegschaft gerecht werden. So etablierten wir neben klassischen Weiterbildungsangeboten auch immer mehr Informations- und Bildungsangebote rund um das Thema Life Balance sowie zum Dialog zwischen den Generationen. In zwei Workshops zum Thema 45plus wurden im Berichtsjahr Ideen zur Schaffung einer Arbeitsumgebung gesammelt, die den Bedürfnissen von jüngeren und älteren Beschäftigten gleichermaßen entspricht. Bei einem speziell ausgerufenen Ideenwettbewerb wurden mehr als 270 Vorschläge eingereicht, wie die Telekom sich noch besser auf Mitarbeiter und Kunden jeden Alters einstellen und die Stärken jeder Generation nutzen kann. Darüber hinaus ermöglichen wir seit 2012 mit neuen flexiblen Arbeitszeitmodellen kürzere wie längere Auszeiten, zum Beispiel auch für Weiterbildungsmaßnahmen.

Ergänzend engagierte sich die Telekom im Rahmen verschiedener Einzelaktionen auch außerhalb des Konzerns, wie zum Beispiel im Rahmen des Wettbewerbs „Internet – keine Frage des Alters“. Auch der Kundenbeirat 50plus, ein Expertenkreis, der den Konzern bei der Entwicklung und Einführung von Produkten und Services speziell für die Generationen 50plus berät, ist ein Beispiel für unser Engagement.

DIVERSITY IN UNSERER ARBEITSKULTUR.

Internationalität: Austausch verbessern.
Die Zusammenarbeit über Grenzen und Kulturen hinweg zu fördern, ist für die Telekom eine zentrale Herausforderung – sei es in Form des internationalen Erfahrungsaustauschs über unser Diversity-Netzwerk oder durch unsere internationalen Entwicklungsprogramme.

Sexuelle Identität.
Im September 2012 erhielt die Deutsche Telekom den „Max-Spohr-Preis“, einen der wichtigsten Diversity-Preise Deutschlands. Er würdigt Arbeitgeber, die Diversity-Management auch bezüglich der sexuellen Orientierung umfassend umsetzen. Um ein aufgeschlossenes Arbeitsumfeld zu fördern, unterstützen wir das Mitarbeiternetzwerk „queerbeet“ für homo-, bi- und transsexuelle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Außerdem pflegen wir enge Kooperationen mit dem „Völklinger Kreis“ sowie den „Wirtschaftsweibern“. Auch auf den diesjährigen „Milk“-Karrieretagen, Europas größter Job- und Karrieremesse für homo- und heterosexuelle Menschen am 9. Juni 2012 in Berlin, war die Telekom mit einem Recruitingteam vor Ort.

Um für mögliche Fälle sexueller Diskriminierung zu sensibilisieren und Unterstützung im Umgang damit zu bieten, hat die Telekom im Jahr 2011 eine konzernweite Richtlinie ausgerollt, die Sexual Harassment Policy. Ansprechpartner im Falle von sexueller Belästigung sind Führungskräfte, Mitarbeiter aus dem Personalbereich sowie die Mitarbeitervertreter. Eingegangene Beschwerden werden auch bei der zukünftigen Anpassung der Richtlinie im Sinne eines Feedbackinstruments genutzt.

Menschen mit Behinderung: Gesetzliche Quote übererfüllt.
Die Förderung und Integration von Menschen mit Behinderungen ist uns ein wichtiges Anliegen. Beim Anteil schwerbehinderter Beschäftigter liegen wir in Deutschland mit 6,4 Prozent deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent. Im Berichtsjahr haben wir rund 937 Maßnahmen zur behindertengerechten Einrichtung und Unterhaltung von Arbeitsplätzen ergriffen.

Darüber hinaus boten wir 2012 bereits im zweiten Jahr in Folge ein theorie- und praxisorientiertes Training zum sicheren und verbrauchsarmen Fahren für gehörlose Mitarbeiter an. Elf Mitarbeiter der Telekom MobilitySolutions in München – darunter drei Auszubildende – nahmen daran teil.

Außerdem zeichnete der Landschaftsverband Rheinland uns mit dem Prädikat „Behindertenfreundlicher Arbeitgeber“ aus. Damit ehrt er das vorbildliche Engagement unseres Unternehmens im Bereich Group Business Security, der verstärkt Arbeitsplätze für Behinderte geschaffen hat; dieser Bereich hat eine im Bundesvergleich überdurchschnittliche Beschäftigungsquote von behinderten Menschen von rund 22 Prozent erreicht.

LIFE BALANCE: BERUF UND PRIVATLEBEN IN EINKLANG BRINGEN.

Es ist uns wichtig, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr Privatleben und ihr berufliches Engagement bestmöglich miteinander vereinbaren. Deshalb treiben wir unsere Aktivitäten zu „Life Balance“ weiter gezielt voran und profitieren dabei auch international voneinander. Wir befragten die Beschäftigten in 32 Landesgesellschaften zu Life-Balance-Themen wie der Vereinbarkeit von Familie und Beruf, Gesundheit und Fitness, Arbeitsbedingungen und Frauenförderung. Auf Basis dieser Befragung bauten wir unter anderem eine Online-Plattform zum fortlaufenden Austausch über Best Practices auf, das heißt zur Darstellung von besonders gelungenen Projektbeispielen.

PROGRAMM „WORK-LIFE@TELEKOM“.

Mit dem Programm „work-life@telekom“ verbessern wir systematisch die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben. Auch im Berichtsjahr haben wir unsere Angebote ausgebaut: National haben wir seit 2010 die Anzahl der betrieblichen Kinderbetreuungsplätze um 212 auf 559 erhöht, die der Ferienplatzbetreuungsplätze von Schulkindern von 170 auf nunmehr 300. Gleichzeitig haben wir als Treffpunkte für Mitarbeiter und deren Kinder sieben neue Eltern-Kind-Büros an Standorten in ganz Deutschland eingerichtet, im kommenden Jahr wollen wir mindestens zehn weitere Möglichkeiten schaffen, um Betreuungsengpässe abzufedern. Zudem bieten wir unseren Mitarbeitern eine kostenlose Unterstützung bei der Suche nach Kinderbetreuungsplätzen vor Ort sowie zusätzlich eine Notfallbetreuung für Kinder an. Dass nicht nur weibliche, sondern zunehmend auch männliche Beschäftigte sich bewusst Zeit für ihre Kinder nehmen, dafür spricht eine Verdopplung des Anteils der Männer, die eine Elternzeit von länger als zwei Monaten nehmen: Mitte 2012 lag deren Anteil bei 11,3 Prozent; Ende 2012 waren es bereits 22,1 Prozent.

Auch mobile Arbeitsplätze bergen viele Möglichkeiten, Beruf und Privatleben selbstbestimmt zu vereinbaren. Daher fördert die Telekom ausdrücklich mobile Arbeitsformen. Andererseits können damit auch neue Belastungen verbunden sein – insbesondere wenn Führungskräfte ständige Erreichbarkeit von Mitarbeitern fordern. Als eines der ersten Unternehmen hat die Deutsche Telekom ihre Führungskräfte bereits im Jahr 2011 dazu verpflichtet, einen verantwortlichen Umgang mit Mails und Telefonaten einzufordern und selbst vorzuleben. Beispielsweise besagt eine Richtlinie, dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter außerhalb der Arbeitszeit nicht auf E-Mails antworten müssen.

ANGEBOTE FÜR EINE GUTE LIFE BALANCE.

Mit folgenden weiteren Unterstützungsangeboten bringen wir das Thema Life Balance in Deutschland voran:

- Väternetzwerk: Väternetzwerk „Heimspiel“ bietet Informationen zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Ansprechpartner sowie Diskussionsforen
- Ferienfreizeitprogramm: Organisation von Ferienfreizeiten für die Kinder von Mitarbeitern
- Jugendaustauschprogramm: 2012 zweiter internationaler Jugendaustausch
- Kostenlose Notfallbetreuung für Kinder
- Kostenlose Unterstützung bei der Suche nach Kinderbetreuung vor Ort
- Beratungs- und Vermittlungsdienst des Seniorenservice für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen
- Freistellung bei familiären Notfallsituationen
- Familienerholungsangebote: 2012 von 40 537 Mitarbeitern einschließlich Familienangehöriger genutzt
- Haushaltsnahe Dienstleistungen: Beratung und Vermittlung über den Elternservice der Arbeiterwohlfahrt (AWO)

Die Beispiele für eine fortschrittliche Umsetzung von Life-Balance-Aktivitäten in unseren Landesgesellschaften sind vielfältig:

- T-Systems UK: Keeping-in-Touch-Programm für Mitarbeiter in Mutterschafts- und Adoptionsurlaub beziehungsweise Elternzeit. Das Programm gewährt den Anspruchsberechtigten bis zu zehn bezahlte Arbeitstage, an denen sie entweder im Büro arbeiten oder an Trainings beziehungsweise Konferenzen teilnehmen können.
- T-Systems Austria; T-Systems Schweiz: Anspruch auf Teilzeitarbeit für Führungskräfte
- T-Systems Italia: In Mailand wurde eine Betriebskindertagesstätte aufgebaut.
- Aufbau von kinderfreundlichen Büros in Ungarn

- T-Systems China; T-Systems Slovakia: Umsetzung der Richtlinie zur Nutzung von Dienst-Mobiltelefonen in der Freizeit

- T-Systems Czech Republic; France Télécom-Orange: Umsetzung der Richtlinie zum Home Office, mit der wir international die Flexibilisierung von Arbeitsbedingungen voranbringen

FLEXIBLE ARBEITSMODELLE.

Die Möglichkeit, die eigene Arbeit flexibel nach eigenen Bedürfnissen gestalten zu können, trägt wesentlich zu einer Verbesserung der Life Balance bei und beugt damit Überlastungserscheinungen vor. Die Telekom fördert daher ausdrücklich flexible Arbeitsmodelle. Insgesamt entsprechen die Arbeitsmodelle bei der Telekom den geltenden Tarifverträgen für Angestellte beziehungsweise dem Bundesbeamtengesetz sowie weiteren internen Regelungen.

Die Bandbreite möglicher Arbeitsformen hat sich bereits erhöht und wird sich auch zukünftig weiter erhöhen. Verschiedene Formen der Projektorganisation bis hin zur flexiblen Poolorganisation, ortsungebundene oder virtuelle Teams sind nur einige aktuelle Arbeitsformen. Es gilt, unsere Führungskräfte und Mitarbeiter fit zu machen für die Zukunft, denn diese Formen der Zusammenarbeit erfordern oft mehr Vertrauen und Flexibilität aller Beteiligten als die klassische Arbeitsbeziehung.

Von Gleitzeit über Teilzeit bis zu Lebensarbeitszeitkonten reicht das Angebot der Telekom an flexiblen Arbeitszeitmodellen. Außerdem fördert die Deutsche Telekom ausdrücklich das mobile Arbeiten, bei dem Mitarbeiter von zu Hause oder unterwegs arbeiten können, um in Eigenverantwortung ihr Berufs- und Privatleben miteinander zu vereinen. Telekom-Mitarbeiter, deren Tätigkeit es erlaubt, können daher in Absprache mit der Führungskraft ihre Aufgaben mobil an einem selbst gewählten Ort erbringen.

MASSGESCHNEIDERTE MODELLE UND SELBSTVERPFLICHTUNG ZUR FÖRDERUNG VON TEILZEIT.

Als eines der ersten Unternehmen in Deutschland nutzte die Telekom die Möglichkeiten des neuen Familienpflegezeitgesetzes. Seit Januar 2012 bietet sie ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Möglichkeit, ihre Arbeitszeit über einen Zeitraum von maximal zwei Jahren auf bis zu 15 Stunden pro Woche zu reduzieren, um Angehörige zu pflegen. Im gleichen Zeitraum werden die finanziellen Einbußen, die durch die Reduzierung der Wochenarbeitszeit entstehen, durch eine Entgeltvorauszahlung zu 50 Prozent ausgeglichen. Wenn die Beschäftigten ihre ursprüngliche Arbeitszeit wieder aufnehmen, werden die geleisteten Vorauszahlungen monatlich vom Gehalt abgezogen.

Mit der 2011 ausgesprochenen Selbstverpflichtung „Teilzeit für Führungskräfte“ fördert die Telekom zudem explizit die Umsetzung von Teilzeitarbeit auch für leitende Kräfte. Ziel ist es, Teilzeitarbeit mit Blick auf die Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben zu fördern und besser in den Arbeitsalltag zu integrieren – und zwar für Männer ebenso wie für Frauen. Die Selbstverpflichtung zeigt bereits Wirkung: 2012 ist die Zahl der Führungskräfte in Teilzeit deutschlandweit von 16 im Jahr 2010 auf 37 gestiegen. Auch für tariflich Beschäftigte und Beamte besteht eine entsprechende Selbstverpflichtung. Derzeit sind deutschlandweit 10,8 Prozent tarifliche Mitarbeiter und 19,7 Prozent Beamte bei der Telekom in Teilzeit beschäftigt.

Darüber hinaus hat die Telekom zahlreiche weitere Teilzeitregelungen zur Reduktion der Arbeitszeit, wie beispielsweise das Job-Sharing, bei dem sich zwei oder mehrere Beschäftigte eine Stelle teilen. Es kann entweder über ein Modell mit voneinander getrennten Aufgabenbereichen (Job-Splitting) oder mit gemeinsamer Verantwortung für einen Bereich (Job-Pairing) umgesetzt werden.

Andere Teilzeitmodelle sind für spezielle Zielgruppen ausgelegt:

Altersteilzeit.
Die Altersteilzeit ist ein Modell zum gleitenden Übergang in den Ruhestand. Im Rahmen dieser Regelung können Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die das 55. Lebensjahr vollendet haben, die Erwerbsphase verkürzen und vorzeitig in die Rente eintreten. Die Telekom bietet Altersteilzeit sowohl im Block- als auch im Teilzeitmodell an:

- Das Blockmodell besteht aus zwei Phasen: Auf eine Arbeitsphase von in der Regel einem bis vier Jahren folgt eine ebenso lange Freistellung (Ausgleichsphase).

- Mitarbeiter im Teilzeitmodell arbeiten bis zum Ende des Arbeitsverhältnisses durchgängig mit der Hälfte ihrer bisherigen Wochenarbeitszeit. Dieses Modell kann ab dem 1. April 2013 in Anspruch genommen werden.

Im Gegensatz zu regulären Teilzeitregelungen zahlt die Telekom bei der Altersteilzeit eine deutliche Aufstockungsleistung auf das Teilzeitnettoentgelt. Die Kürzung der Wochenarbeitszeit hat also keine entsprechende Kürzung der Nettobezüge zur Folge.

Teilzeitausbildung für Alleinerziehende.
Im September 2011 startete die Telekom in Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit in Leipzig ein neues Projekt, das Alleinerziehenden eine Ausbildung oder ein Studium ermöglicht. Bisher haben insgesamt 16 alleinerziehende Mütter eine Teilzeitausbildung sowie drei ein duales Teilzeitstudium bei der Telekom begonnen.

Wiedereinstieg nach der Elternzeit.
Im Rahmen des Elternzeitprozesses „Stay in ContacT“ bietet die Telekom Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Elternzeit ein Teilzeitmodell zum Wiedereinstieg an.

JOB-AUSZEITEN MIT UND OHNE BEZÜGE.

Auch für zeitlich befristete Auszeiten vom Job bietet die Telekom ihren Mitarbeitern verschiedene maßgeschneiderte und zum Teil vom Unternehmen vorfinanzierte Modelle an. Neben der klassischen Form der Auszeit als Urlaub ohne Entgelt (beziehungsweise Bezüge) bietet sie auch verschiedene Modelle für zweckgebundene Auszeiten an.

Bildungsauszeit.
Die Bildungsauszeit basiert auf dem bestehenden Angebot des Urlaubs ohne Entgelt und ermöglicht eine zweckgebundene Auszeit von bis zu vier Jahren für ein Studium oder eine Promotion. Während dieser Zeit ruht das Arbeitsverhältnis und es wird keine Vergütung gezahlt. Neben den Regelungen für Arbeitnehmer bietet die Telekom auch eine bis zu fünfjährige Bildungsauszeit für Beamte an, die beispielsweise ein Studium ableisten oder promovieren möchten. Diese Zeit ist nicht ruhegehaltfähig und es wird keine Besoldung gezahlt.

Lebensarbeitszeitkonten.
Seit Juli 2012 bietet die Deutsche Telekom den leitenden Angestellten aller inländischen Telekom-Gesellschaften mit Mehrheitsbeteiligung Lebensarbeitszeitkonten (LAZKo) an. Das Modell eröffnet ihnen neue Möglichkeiten, Beruf und Privatleben in allen Lebensphasen besser miteinander zu vereinbaren und in diesem Sinne eigenverantwortlich vorzusorgen.

Der Aufbau eines Lebensarbeitszeitkontos erfolgt – im Unterschied zu den im Tarifbereich zum Teil noch existierenden konventionellen Langzeitkonten – grundsätzlich über die Umwandlung von Entgeltbestandteilen. Aus der monatlichen Bruttovergütung sowie den variablen Entgeltbestandteilen können regelmäßige oder einmalige Einzahlungen auf das LAZKo erfolgen. Das Guthaben ist insolvenzgesichert und wird bei einer garantierten Mindestverzinsung auf dem Kapitalmarkt angelegt.

Das Guthaben kann genutzt werden …

- für befristete Auszeiten von einem bis zu zwölf Monaten (Sabbaticals), die von den leitenden Angestellten nach persönlichen Interessen frei genutzt werden können,
- im Rahmen von Vereinbarungen zur Reduzierung der Arbeitszeit (Teilzeit),
- bei Inanspruchnahme gesetzlicher Möglichkeiten der Freistellung (Familienpflege-, Eltern- und Pflegezeit) sowie
- bei einem vorzeitigen oder gleitenden Ausstieg aus dem aktiven Arbeitsleben bis zum Erreichen der im Einzelfall geltenden Rentengrenze.

Der Geltungsbereich solcher Lebensarbeitszeitkonten soll baldmöglichst auf den Bereich der außertariflich und der tariflich Beschäftigten des Konzerns ausgedehnt werden.

AUSGEZEICHNETE VIELFALT.

Im Jahr 2012 erhielten wir gleich mehrere Auszeichnungen für unsere Aktivitäten, mit denen wir die Vielfalt in unserem Konzern erhöhen und eine integrative Unternehmenskultur etablieren. Unter anderem waren wir mit unserem umfassenden Gesamtkonzept zur Vereinbarkeit von Beruf und Familienleben unter den Finalisten des Unternehmenswettbewerbs „Erfolgsfaktor Familie 2012“ des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend. Der Völklinger Kreis e.V. würdigte mit dem „Max-Spohr-Verlegerpreis“, dass wir die sexuelle Identität unserer Beschäftigten als Bereicherung begreifen. Der Landschaftsverband Rheinland zeichnete uns mit dem Prädikat „Behindertenfreundlicher Arbeitgeber“ aus.

In den letzten Jahren erhielten auch die internationalen Landesgesellschaften und Beteiligungen eine Reihe von Auszeichnungen für ihre Anstrengungen, flexiblere und familienfreundlichere Arbeitsbedingungen zu etablieren. Im Jahr 2012 verteidigte zum Beispiel T-Systems Czech Republic den 3. Platz als „Employer of the Region“, T-Systems Malaysia gewann den silbernen „Employer of Choice Award“ und T-Systems Austria bekam die Auszeichnung als „Great Place to Work“. Ein konkretes Beispiel:

T-Systems Slovakia erhält Auszeichnung als familienfreundlicher Arbeitgeber.
Seit seiner Gründung ist T-Systems Slovakia bestrebt, seinen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern eine gesunde Life Balance zu ermöglichen. Im März 2012 wurden die Anstrengungen des Unternehmens gewürdigt: T-Systems Slovakia wurde auf einer internationalen Konferenz für Frauen in Führungspositionen als familienfreundlicher Arbeitgeber ausgezeichnet. Die Organisatoren der Konferenz lobten das Programm „Work-Life Balance“ und auch das neue Diversity-Programm, das unter anderem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Elternzeit dabei unterstützt, beruflichen und familiären Herausforderungen gleichermaßen gerecht zu werden. Im Rahmen des Diversity-Programms bietet eine Coaching-Initiative Mitarbeitern in schwierigen familiären Situationen professionelle Beratung an, zum Beispiel durch Psychologen oder

Finanzberater, um so die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu fördern. Damit will das Unternehmen sicherstellen, dass Eltern – heute und in Zukunft – sich nicht zwischen Beruf und Familie entscheiden müssen, sondern ihr Privatleben mit ihrer beruflichen Laufbahn bei T-Systems Slovakia in Einklang bringen können.

MITARBEITERGEWINNUNG.

Ob Auszubildende, dual Studierende, Berufseinsteiger oder Experten und Führungskräfte mit Berufserfahrung: Wir brauchen auf allen Ebenen und in allen Bereichen unseres Unternehmens kompetente und kreative Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit unserer zukunftsorientierten Personal- und Talentpolitik leisten wir einen Beitrag zur Attraktivität des Unternehmens. Unser Profil auf den globalen Arbeitsmärkten schärfen wir mit unserer Kampagne „The Great Experience". Ergänzend dazu konkretisieren die jeweiligen Landesgesellschaften, was sie als Arbeitgeber attraktiv macht, und zeigen künftigen Mitarbeitern auf, warum sie bei der Telekom wertvolle Erfahrungen sammeln können.

ERFOLGREICHES RECRUITING.

Das Ansehen der Deutschen Telekom als attraktiver Arbeitgeber wächst weiter. Das bestätigen unter anderem die Auszeichnungen, die wir 2012 in Deutschland und Europa erhalten haben. In der Studie Career's Best Recruiter wurden wir 2013 als bestes Telekommunikationsunternehmen mit dem silbernen Siegel ausgezeichnet. T-Mobile Austria erhielt 2012 vom österreichischen Staat eine Auszeichnung als bester Lehrbetrieb des Landes. Die ungarische Magyar Telekom gewann 2012 den Titel als „Bester Arbeitgeber". Das Unternehmen erhält seit 2008 regelmäßig Auszeichnungen für seine Qualität als Arbeitgeber. Auch in Deutschland erhielt die Telekom 2012 zahlreiche Auszeichnungen, zum Beispiel für ihre Diversity-Aktivitäten und die Online-Kommunikation mit Talenten über Social Media, die externe Telekom-Karrierewebsite und die Telekom Jobwelten. Im Jahr 2012 konnte die Telekom so erneut 3 970 offene Stellen erfolgreich besetzen.

Um dem Fachkräftemangel in Deutschland zu begegnen, weitet die Deutsche Telekom auch ihre internationalen Recruitingaktivitäten systematisch aus. Zum Jahreswechsel 2011/2012 startete sie dafür eine neue internationale Karrierewebsite, die „Global Career Site", mit Verlinkung in zahlreiche Länder, die bereits rund 70 Prozent internationale Nutzer hat. Darin eingebunden ist die Plattform „Global Job Search". Über diese lassen sich sämtliche vakanten Positionen von 19 Landesgesellschaften auffinden. Zusätzlich ist sie in die Facebook-Fanpages von neun Landesgesellschaften eingebunden.

Interne und externe Recruitingstandards sind im gesamten Konzern durch die „Global Recruiting Declaration" einheitlich geregelt. 95 Recruiter aus 16 Ländern tauschen in der internationalen Recruiting-Community Erfahrungen und Best Practices aus. Auch durch internationale Projektarbeit im Rahmen des x-Change Austauschprogramms entwickeln sich unsere Recruitingexperten kontinuierlich weiter. Dieses Programm eröffnet unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die Gelegenheit, für drei bis sechs Monate in einer der Gesellschaften im Ausland zu arbeiten, beziehungsweise gibt Beschäftigten aus den ausländischen Gesellschaften die Möglichkeit, in Deutschland zu arbeiten.

GEZIELTE ANSPRACHE WEIBLICHER BEWERBER.

Mit verschiedenen Maßnahmen wenden wir uns gezielt an weibliche Bewerber, um die Potenziale dieser Zielgruppe zu nutzen und insbesondere auch weibliche Nachwuchskräfte für uns zu gewinnen. So steigern wir den Anteil von Frauen und damit die Vielfalt (Diversity) im Konzern und arbeiten langfristig auf die Erhöhung des Anteils von Frauen in Führungspositionen hin. Folgende Maßnahmen haben wir 2012 umgesetzt:

- Offensives Anbieten von Praktikumsplätzen in Kooperation mit dem Frauenstudiengang Bachelor in Informatik und Wirtschaft an der Hochschule für Technik und Wirtschaft Berlin
- Start der offiziellen Partnerschaft mit dem Karrierenetzwerk Femtec im Januar 2012. Bei verschiedenen Kontaktveranstaltungen gaben wir potenziellen Bewerberinnen die Möglichkeit, einen authentischen Einblick in die Arbeitswelt zu gewinnen.
- Gezielte Ansprache weiblicher Bewerber über innovative Stellenausschreibungen auf unseren Karriereseiten
- Anzeigenkampagne „Die erfolgreichste Frau der Telekom" zur Stärkung von Frauen in ihrem beruflichen Selbstbewusstsein
- Teilnahme von T-Systems an der Kontaktveranstaltung „Traumjob IT-Expertin" im April 2012. Dort warb T-Systems für den Einstieg von Frauen in das Berufsfeld Informationstechnologie.
- Teilnahme der Telekom an den Karrieremessen woman&work sowie womanpower. Von den Besuchern der woman&work wurden wir für unsere herausragende Beratungsleistung mit dem „Female Recruiting Award" ausgezeichnet.

MITARBEITERGEWINNUNG: FÜHREND BEI DER NUTZUNG VON SOCIAL MEDIA.

Anders als noch vor einigen Jahren erwarten Bewerber heute insbesondere durch die Nutzung sozialer Medien einen direkten Einblick ins Unternehmen und in die künftigen Aufgabengebiete. Die Telekom ist in ihrem Web-2.0-Engagement seit Jahren führend unter den deutschen DAX-30-Unternehmen. 2012 konnten wir diese Position weiter ausbauen: So belegten wir zum dritten Mal in Folge den ersten Platz bei den „HR Social Media Aktivitäten DAX 30 Unternehmen". In der Studie „Online Talent Communication" des Beratungsunternehmens Potentialpark, die Unternehmensaktivitäten auf den Kanälen Social Media, Karriereseite, Online-Bewerbung und Mobile Recruiting bewertet, verbesserten wir uns im Gesamtranking von Platz fünf im Jahr 2012 auf Platz zwei im Jahr 2013. Auch in der Unterkategorie „Social Media Communication", in der die Facebook- und Twitter-Aktivitäten sowie der Auftritt im

Karriereblog betrachtet wurden, belegten wir den zweiten Platz. Für diese Studie wurden rund 30 000 Jobsuchende weltweit befragt. Außerdem belegten wir 2012 den ersten Platz in der Studie Career's Best Recruiters in der Kategorie „Social-Web-Aktivitäten".

Im Anschluss an die Erstplatzierung 2012 startete die Telekom die gleichnamige Initiative „Career's Best Recruiters" auf ihren Facebook-Karriereseiten. In regelmäßigen Abständen stellt sich dort ein Recruiter mit einem karrierebezogenen Thema wie dem Einstieg über das „Start up!"-Programm, dem Deutschlandstipendium oder Praktikumsmöglichkeiten bei der Telekom vor und beantwortet Fragen der Nutzer. 2012 präsentierten sich bereits 14 Recruiter im Rahmen dieser Aktion, damit erreichten wir allein von Juni bis Dezember rund 48 000 Nutzer. Auch die europäischen Landesgesellschaften nutzen das Web 2.0 zunehmend intensiv im Kontakt mit Kunden und anderen externen Stakeholdern.

Als eines der ersten Unternehmen hat die Telekom mit dem 2012 abgeschlossenen Crowdsourcing-Projekt „Your Idea!" eine neue Stufe der Partizipation im Personalmarketing erreicht, indem sie eine Applikation von der Zielgruppe für die Zielgruppe entwickeln ließ: Studierende und Absolventen waren aufgerufen, eine Applikation für die Facebook-Fanpage „TelekomKarriere" beziehungsweise zur Einbindung auf den Internet-Karriereseiten zu konzipieren. Dabei wurden 82 Vorschläge eingereicht. Das Siegerkonzept „Werd' ein Teil der Telekom – Match!" wurde im Mai 2012 auf der Facebook-Fanpage und den Internet-Karriereseiten eingebunden. Anhand eines spielerischen Selbsttests entlang der Guiding Principles wird dem Bewerber die Unternehmenskultur nähergebracht.

Telekom Jobwelten: In fünf Minuten zur Bewerbung.
Im Mai 2012 startete die Telekom die neuen „Telekom Jobwelten", die den Bewerbungs- und Recruitingprozess erheblich beschleunigten. Berufserfahrene können sich damit in nur fünf Minuten auf offene Stellen bewerben. Dank Schnittstellen zu externen Jobportalen wie Monster oder StepStone sowie zu Social-Media-Kanälen wie Facebook und Twitter erreichen die Stellenausschreibungen deutlich mehr Interessenten als bisher. Eine weitere attraktive Funktion ist die direkte Einbindung von Recruitingvideos, sodass Führungskräfte den Bewerber persönlich ansprechen können. Bei der Ausschreibung können die Recruitingexperten zusätzlich ihr persönliches XING-Profil hinterlegen, um so für den Bewerber authentischer und greifbarer zu werden. Sowohl der Innovationsgrad als auch die Nutzerfreundlichkeit der Jobwelten wurden in der Studie „Online Talent Communication" durch einen zweiten Platz in der Unterkategorie „Online-Bewerbung" bestätigt.

Initiative „Jobs for Friends".
Sehr gute Erfahrungen hat die Telekom mit ihrer 2010 im Kundenservice gestarteten Initiative „Jobs for Friends" gemacht, bei der Mitarbeiter aufgerufen sind, Fachleute aus ihrem Bekanntenkreis für offene Stellen zu empfehlen. Die Telekom garantiert den Empfohlenen eine Einladung für ein Erstgespräch, kommt es zur Einstellung, erhält der Vermittler eine Prämie. Die Erfolgsquote liegt bei gut 55 Prozent: Auf 445 Empfehlungen durch Mitarbeiter im Jahr 2012 folgten 246 Einstellungen.

„Profis suchen Profis".
Auch das T-Systems-Programm „Profis suchen Profis" setzt auf die positive Werbung durch Telekom-Mitarbeiter im Bekanntenkreis. Im Jahr 2012 führten183 Empfehlungen von T-Systems-Mitarbeitern zu insgesamt 92 Vertragsabschlüssen – auch dies eine hohe Erfolgsquote.

ERFOLGREICHER EINSTIEG FÜR STUDIERENDE UND ABSOLVENTEN.

Erfolgreich weitergeführt haben wir 2012 unsere Berufseinstiegsangebote für Hochschulabsolventen: den Programmeinstieg „Start up!" und den Direkteinstieg „Jump in!".

„Start up!" ist unser konzernweites Einstiegsprogramm für ambitionierte Hochschulabsolventen. Es bietet den Teilnehmern Projekteinsätze im In- und Ausland, begleitet durch erfahrene Führungskräfte, die als Mentoren zur Seite stehen. Die Absolventen von „Start up!" lernen unseren Konzern umfassend kennen und bauen sich ein bereichsübergreifendes Kontaktnetzwerk auf.

2012 stiegen 29 Hochschulabsolventen aus verschiedenen Ländern über „Start up!" bei der Telekom ein, davon 13 Frauen. Im Verlauf des 15- bis 18-monatigen Programms übernehmen die Teilnehmer anspruchsvolle Aufgaben in verschiedenen Geschäftsfeldern und setzen sie entsprechend der Konzernstrategie „Kämpfen – Verändern – Erneuern" um. Dabei werden sie intensiv durch einen persönlichen Mentor begleitet.

Außerdem bieten wir mit „Jump in!" einen Direkteinstieg in ein bevorzugtes Einsatzfeld bei der Telekom an, bei dem die neuen Mitarbeiter während der ersten 24 Monate durch begleitende Maßnahmen besonders gefördert werden.

Flexikum – das zeitlich flexible Praktikum.
Die Bologna-Hochschulreform schränkt die zeitlichen Möglichkeiten, Praktika zu absolvieren, für Studierende deutlich ein. Um angehenden Akademikern dennoch die Möglichkeit zu bieten, eine Brücke zwischen Theorie und Praxis zu schlagen, hat die Telekom mit dem sogenannten Flexikum ein Praktikumsmodell entwickelt, bei dem ein individuelles

Stundenkontingent in einem vorgegebenen Rahmen flexibel abgeleistet werden kann. Die Präsenzzeiten werden in Absprache mit dem jeweiligen Bereich auf die jeweiligen Bedürfnisse der Teilnehmer zugeschnitten. 2012 hat die Telekom die Bekanntheit des neuen Angebots mit einer Kommunikationskampagne gesteigert.

360 Deutschlandstipendien bis 2014.
Seit dem Sommersemester 2011 unterstützt die Deutsche Telekom das Deutschlandstipendium der Bundesregierung. 2012 wurden insgesamt 94 Stipendiaten, ein Drittel davon in Master- und zwei Drittel in Bachelorstudiengängen, finanziell unterstützt und darüber hinaus durch individuelle Praktika, Netzwerkveranstaltungen und den regelmäßigen Austausch mit dem Management der Telekom gefördert. Der Schwerpunkt des Programms liegt auf der Förderung von MINT-Studiengängen. Bis 2014 wird der Konzern insgesamt 360 Studenten im Rahmen des Deutschlandstipendiums fördern.

AKTIVER KONTAKTAUFBAU ZU JOBSUCHENDEN.

Mit einer ganzen Reihe von Events und Programmen sucht die Telekom Kontakt zu Studenten, Absolventen und Berufserfahrenen. Ziel ist es, die Telekom als attraktiven Arbeitgeber zu positionieren und den Jobsuchenden die vielfältigen Karrierechancen im Unternehmen aufzuzeigen.

Hochschulbotschafter und Exkursionen ins Unternehmen.
Die Telekom verfügte 2012 über ein Netzwerk von über 500 Hochschulbotschaftern – Fach- und Führungskräfte, die Gastvorlesungen oder Praxisvorträge an Hochschulen halten. Über den persönlichen Kontakt tragen diese wesentlich zu einer Steigerung des Arbeitgeberimages der Telekom bei. Außerdem wurde 2012 das neue Format „Insights@Telekom“ vorangetrieben, das Studierenden über Exkursionen in ausgewählte Fachbereiche der Telekom einen authentischen Einblick in verschiedene Arbeitswelten im Unternehmen bietet. Bei insgesamt 13 Insights im Jahr 2012 nutzten rund 280 Teilnehmer diese Chance.

Campus BeatBreak: Tanzperformance in der Mensa.
Im Wintersemester 2012/13 startete die Telekom mit Campus BeatBreak eine Guerillamarketing-Aktion, die medienübergreifend mit einer Facebook-Applikation kombiniert wurde. An verschiedenen Hochschulen inszenierten Tänzer zur Haupt-Essensausgabezeit eine spontan wirkende Dance-Performance in der Mensa. Dabei thematisierten sie auf humorvolle Weise die Jobsuche und den erfolgreichen Berufseinstieg bei der Telekom. Die Performance war gleichzeitig eine Einladung, sich mit einem selbst gedrehten Tanzvideo bei einem Facebook-Gewinnspiel zu beteiligen. Bei der Bewertung der Videos wurde die Facebook-Community der Telekom einbezogen und es wurden auf diese Weise zahlreiche neue Facebook-Fans für die Telekom gewonnen.

STEIGENDE BEWERBERZAHLEN DURCH SCHÜLERMARKETING.

Steigende Bewerberzahlen für duale technische Studiengänge und von jungen Frauen erzielt die Telekom auch durch ihr erfolgreiches Schülermarketing. In unserem preisgekrönten Jugendmagazin „reif“ bündeln wir Informationen zur Berufsorientierung auf ansprechende Weise. Zur virtuellen Erkundung der Telekom laden wir über die seit November 2010 bestehende Plattform „Wissen verändert alles“ ein, die auf spielerische Weise einen virtuellen Blick hinter die Kulissen der Telekom bietet. Damit entspricht sie den Bedürfnissen und dem Nutzerverhalten der Zielgruppe. Großen Anklang fand auch unsere diesjährige Beteiligung an der Großveranstaltung „Ideenpark“ in Essen. Die Familienveranstaltung ist nach eigener Aussage Deutschlands größte Erlebniswelt für Innovation und Technik mit rund 320 000 Besuchern allein im Jahr 2012. An zwei Messeständen und in zwei Workshops mit insgesamt rund 170 Teilnehmern förderte die Telekom die Lust am Entdecken, präsentierte sich als attraktives Unternehmen und ebensolcher Arbeitgeber und wies auf die Bedeutung der MINT-Förderung hin. Highlight war ein digitaler Wasserfall, auf dem Besucher ihre SMS-Botschaft abbilden lassen konnten.

MITARBEITERBETEILIGUNG & MITARBEITER-ZUFRIEDENHEIT.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter möchten sich für die Entwicklung des Unternehmens einsetzen und sich mit ihm identifizieren. Hierzu binden wir sie aktiv ein – beispielsweise indem sie Ideen und Vorschläge „ohne Ansehen der Person“ einbringen können. Flachere Hierarchien, neue Arbeitsformen und Kommunikationsmöglichkeiten sowie regelmäßige Befragungen tragen ebenfalls dazu bei, einen offenen Dialog und produktiven Austausch zu etablieren.

SOZIALPARTNERSCHAFT: MITWIRKUNG AUF DEUTSCHER UND INTERNATIONALER EBENE.

Im Berichtszeitraum haben wir den intensiven Dialog mit den gewählten Beschäftigtenvertretern im deutschen Konzern fortgesetzt. Ohne ihre Mitwirkung hätten wir zahlreiche Maßnahmen und Projekte nicht erfolgreich umsetzen können. Hier trägt unser Bekenntnis zur vertrauensvollen Zusammenarbeit Früchte, das in der Konzernrichtlinie „Employee Relations Policy“ beschrieben wird. Eine besondere Rolle kommt dem Konzernbetriebsrat zu, unserem Ansprechpartner für alle Mitbestimmungsthemen im deutschen Konzern. Im Europäischen Betriebsrat (EBR) pflegt die Telekom eine aktive Sozialpartnerbeziehung mit Arbeitnehmervertretern der europäischen Landesgesellschaften und Beteiligungsunternehmen. Wir haben den europäischen Dialog vertieft, indem wir im Rahmen einer Projektwoche des EBR unter anderem über aktuelle Veränderungen und Herausforderungen unserer Branche sowie den Anpassungsbedarf in den Rahmenregelungen aufgrund der EU-Gesetzgebung diskutierten. Auch auf internationaler Ebene wurde die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmervertretungen fortgesetzt.

SOZIALE NETZWERKE: VERNETZUNG FÖRDERN UND DIGITALES ARBEITEN UNTERSTÜTZEN.

Die Telekom treibt den Wandel der Arbeitskultur in Richtung „Enterprise 2.0“ auf verschiedenen Ebenen voran. Enterprise 2.0 steht als Sammelbegriff für jene Möglichkeiten, die soziale Medien (Social Media) für neue Formen der Zusammenarbeit im Unternehmen und für den Kundenkontakt bieten. Social Media verbessern vor allem die Kommunikation innerhalb des Unternehmens erheblich. Es findet mehr Dialog statt, dieser gestaltet sich transparenter, die Hierarchien treten zurück. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bieten sich mehr Möglichkeiten, eigene Themen zu setzen und sich an bestehenden Diskussionen zu beteiligen.

Beschäftigte der Telekom vernetzen sich schon seit 2007 auf internen Social-Media-Plattformen zum gegenseitigen Austausch und zur bereichsübergreifenden Zusammenarbeit. Mit dem Telekom Social Network (TSN) richteten wir 2012 eine zentrale Plattform zur Vernetzung dieser Aktivitäten ein. Ende 2012 waren mehr als 40 000 Nutzer konzernweit im TSN angemeldet, Ende April 2013 bereits knapp 60 000. Darunter befinden sich auch alle Mitglieder des Konzernvorstands. Mit diesen Nutzerzahlen gehört das TSN zu den größten und am schnellsten wachsenden sozialen Unternehmensnetzwerken der Welt.

Im Jahr 2012 führten wir folgende Aktivitäten im Themenfeld Social Media durch:

- Für die kontinuierliche Steuerung und Implementierung der Social–Media-Strategie etablierten wir ein Social Media Council. Er verantwortet die Umsetzung der externen Social-Media-Strategie und sorgt intern für eine regelkonforme Nutzung von Social Media. In Fällen von Eskalationen sind die Vertreter des Social Media Council entscheidungsbefugt.
- In vier Think Tanks tauschten sich 2012 mehr als 210 Verantwortliche für Social Media zum Thema Enterprise 2.0 aus. Dabei etablierten sie einen sogenannten Readiness Check, der die Fähigkeiten und spezifischen Komponenten beschreibt, die in einem Enterprise-2.0-Unternehmen vorhanden sein müssen.
- Um alle Mitarbeiter für den Umgang mit Social Media im Arbeitsalltag zu qualifizieren, hat die Telekom ein Online-Training entwickelt und Mitte des Jahres als reguläres Angebot etabliert. Bis Jahresende absolvierten zahlreiche Mitarbeiter das Training.
- Weitere Enterprise-2.0-Aktivitäten im Jahr 2012 waren die Durchführung des online-basierten Großgruppenformats Jam sowie die Dialogveranstaltung BarCamp, die von Mitarbeitern für Mitarbeiter organisiert wird.

Die Förderung von Social Media bei der Deutschen Telekom treiben wir in einer Vielzahl von Marketing-, Kommunikations- und Personalprojekten voran. Eine wichtige Funktion hat in diesem Zusammenhang die strategische HR-Initiative „Global Collaboration“. Diese zielt auf die verbesserte Zusammenarbeit im Konzern über Segment- und Ländergrenzen hinweg.

Ausblick: Governance-Rahmen und technische Weiterentwicklung.
Um die interne und externe Nutzung von Social Media konzernweit zu regeln, werden wir 2013 einen verbindlichen Governance-Rahmen erarbeiten. Dieser soll den angemessenen Umgang mit Social Media beispielsweise bei Marketingaktivitäten oder bezüglich Datenschutz und -sicherheit festlegen.

Auch technisch werden wir die Social-Media-Kanäle der Deutschen Telekom weiterentwickeln und verschiedene Anwendungen über intelligente Schnittstellen miteinander verbinden, damit die Nutzer alle

Anwendungen einfach synchronisieren und bedienen können. Außerdem werden wir Instrumente für die konzernweite Wirtschaftlichkeitsbetrachtung der Enterprise-2.0-Instrumente erarbeiten.

IDEENMANAGEMENT: DAS KREATIVE POTENZIAL DER MITARBEITER NUTZEN.

Das Ideenmanagement beteiligt unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an der stetigen Verbesserung unserer Produkte und Services. Beschäftigte können Ideen für Innovationen einreichen. Experten prüfen diese Ideen. Bei einer erfolgreichen Umsetzung erhalten die Ideengeber eine Prämie. Durch die Vorschläge unserer Beschäftigten erzielen wir regelmäßig erhebliche finanzielle Einsparungen: 2012 initiierte das Ideenmanagement allein in Deutschland 700 Prozess-, Produkt- und Service-Verbesserungen, die insgesamt 103 Millionen Euro einsparten. Im Jahr 2012 reichten unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit über 13 000 Vorschlägen rund 20 Prozent mehr Ideen ein als im Jahr zuvor.

Die Tools und Instrumente des Ideenmanagements entwickeln wir laufend weiter. Bereits etabliert sind unsere IT-Portale „genial@telekom“ – das Portal dient dazu, umsetzungsreife Ideen einzureichen – und „Ideengarten“, auf dessen Basis sich neue Lösungen gemeinsam entwickeln lassen. 2012 haben wir diese bestehenden Portale durch eine dritte Online-Plattform ergänzt, den „Jam“. Auf der Jam-Plattform können mehrere Tausend Beschäftigte in direkter Interaktion konkrete Fragestellungen bearbeiten. Das Besondere ist die thematische Fokussierung auf einen klar eingegrenzten Auftrag, den die Teilnehmer unter professioneller Moderation innerhalb einer bestimmten Frist bearbeiten müssen. Bereits im Startjahr fanden auf der Plattform mehrere Jams statt. Ein für T-Systems entwickelter Jam hatte 500 Teilnehmer, die innerhalb der Laufzeit über 100 Lösungen generierten.

Die kollektive Intelligenz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nutzen auch die „Telekom Prognosemärkte“. Dieses im April 2012 eingeführte neue Tool dient dazu, Managemententscheidungen zu unterstützen. Dazu geben die Beschäftigten in einem simulierten Börsensystem Marktprognosen für aktuelle oder strategische Fragestellungen ab, die Geschäftsbereiche dort eingestellt haben. Aus diesen Daten lassen sich Prognosen ableiten, deren Genauigkeit professionellen Marktforschungsergebnissen entspricht. 2012 bewerteten die Teilnehmer in den Telekom Prognosemärkten mehr als 100 Fragestellungen. 1 100 Mitarbeiter haben sich bereits in dem Tool registriert.

MITARBEITERBEFRAGUNG 2012: REKORDBETEILIGUNG UND VERBESSERUNG IN FAST ALLEN BEREICHEN.

TDie alle zwei Jahre durchgeführte Mitarbeiterbefragung (MAB) und der halbjährliche Puls-Check sind unsere wichtigsten konzernweiten Feedbackinstrumente. Im Rahmen der Pulsbefragung erheben wir mehrmals jährlich das aktuelle Stimmungsbild unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie die Fortschritte in Bezug auf Verbesserungspotenziale, die sich aus der jeweils letzten Mitarbeiterbefragung ergeben haben. Beide Instrumente genießen hohe Akzeptanz, wie die hohen Beteiligungsquoten verdeutlichen.

Im Nachgang zur MAB 2010 wurden die Befragung selbst und der daran anschließende Folgeprozess optimiert: So wurden die Anzahl der Fragen reduziert und die Ergebnisberichte vereinfacht. Auch die Unterstützung der Teams im Folgeprozess wurde verbessert.

2012 wurde die fünfte Mitarbeiterbefragung für den Konzern seit 2005 durchgeführt: In 27 Ländern und 18 Sprachen haben wir rund 195 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter dazu eingeladen, uns strukturierte Rückmeldungen zu geben. Fast 150 000 Beschäftigte beteiligten sich weltweit – das sind 76 Prozent aller Angeschriebenen (bei der MAB 2010 waren es noch 72 Prozent). In Deutschland lag die Rekordbeteiligung bei 82 Prozent.

Besonders erfreulich: Die Ergebnisse auf Konzernebene sind in fast allen Bereichen besser als vor zwei Jahren, zum Teil sogar mit Steigerungen um zweistellige Prozentwerte. Die Zielgröße Engagement mit dem Haupteinflussfaktor Führung ist weiterhin auf hohem Niveau und steigerte sich gegenüber der MAB 2010 nochmals.

Auch der Bereich Gesundheit entwickelte sich insgesamt positiv. Es zeigte Wirkung, dass wir im Anschluss an die Mitarbeiterbefragung 2010 gezielte Maßnahmen und Programme initiierten und umsetzten. Ein Beispiel: Experten der Technischen Universität Dresden, unseres Gesundheitsdienstleisters B.A.D. GmbH, die Mitarbeiter- und Führungskräfteberatung, lokale Betriebsräte und spezialisierte Gesundheitsmanager betreuten und begleiteten Teams, deren Gesundheitswerte verbesserungsfähig waren. Diese Maßnahmen zahlten sich aus – für unsere Beschäftigten wie für unsere Reputation als verantwortungsvoller Arbeitgeber.

Wir setzen dieses Engagement fort und holen uns Mitte 2013 durch unsere Pulsbefragung erneut das anonymisierte Feedback unserer Beschäftigten ein.

Das von den Beschäftigten identifizierte Handlungsfeld Arbeitsintensität verbesserte sich seit der letzten Mitarbeiterbefragung leicht. In diesem wichtigen Bereich bleiben wir weiterhin achtsam und setzen verstärkt auf bereits bewährte Angebote. Wir bieten weiter Workshops für Führungskräfte und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an. In diesen Workshops trainieren die Teilnehmer gezielt den Umgang mit erhöhter Arbeitsintensität und untersuchen Möglichkeiten, um Arbeitsprozesse zu vereinfachen.

Um Arbeitsabläufe einfacher, stringenter sowie kunden- und ergebnisorientierter zu gestalten, starteten wir im Jahr 2013 die strategische HR-Initiative „The Way We Work“. Sie legt den Fokus auf die Art und Weise, wie wir zusammenarbeiten. Wir beginnen dabei mit uns als Personalbereich: Wir vereinfachen Arbeitsabläufe, etablieren effiziente Lösungswege und fördern das gemeinsame Arbeiten. Als Quelle dienen uns Lernerfahrungen aus diversen Pilotprojekten und die offene Themendiskussion mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über das Telekom-eigene soziale Netzwerk. So initiieren wir gemeinsam mit unserer Belegschaft einen Kulturwandel zum agileren und effizienteren Arbeiten. Gemäß unserer Leitlinie „Kunden begeistern und Dinge einfacher machen“ sind wir alle gefordert, Arbeitsabläufe auf ihre Effizienz und Einfachheit hin zu prüfen und bei Bedarf entsprechend anzupassen.

Um den Erfolg der aus den Befragungen abgeleiteten Maßnahmen künftig noch besser überprüfen zu können, plant die Telekom, ab April 2013 die Verbesserungsmaßnahmen IT-gestützt über ein sogenanntes Follow-up-Tool zu dokumentieren. Dies erleichtert, Best Practices zu identifizieren, und ermöglicht eine konsequentere Unterstützung der Teams im Folgeprozess, in dem die Mitarbeiter die Ergebnisse ihres Teams analysieren und daraus Maßnahmen ableiten.

SLOVAK TELEKOM: IM DIALOG MIT DEN MITARBEITERN.

Slovak Telekom hatte es sich im Berichtsjahr zum Ziel gesetzt, den offenen Dialog mit den Mitarbeitern und deren aktive Einbindung zu intensivieren, und führte dazu eine Reihe unterschiedlicher Veranstaltungen durch:

- Beim Mitarbeiterforum standen die Vorstandsmitglieder den Mit-arbeiterinnen und Mitarbeitern Rede und Antwort. Das Forum selbst fand in Bratislava statt, wurde aber an alle anderen Unternehmensstandorte in der Slowakei gestreamt und im Intranet übertragen. 560 Mitarbeiter nahmen vor Ort am Forum teil, 1 200 verfolgten es online und 530 über das Intranet.

- Bei fünf Veranstaltungen diskutierten Top-Führungskräfte im Jahr 2012 auf dem sogenannten „Heißen Stuhl“ mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über Themen wie Technologietransformation und Projektmanagement. An jeder der Veranstaltungen nahmen etwa 30 Mitarbeiter teil.

- Beim Managerial Business Forum treffen sich die Vorstandsmitglieder zweimal im Jahr mit den Führungskräften ihrer Bereiche, um über die Geschäftsstrategie und wichtige Leistungskennzahlen zu sprechen.

PERFORMANCE & ENTWICKLUNG.

Wir eröffnen jedem einzelnen Beschäftigten in unserem Konzern die Chance, Wissen in der jeweiligen Phase des (Berufs-)Lebens auszubauen und sich weiterzuentwickeln. Wir streben eine enge Verzahnung von Entwicklung und beruflicher Lebensphase an, weil wir davon überzeugt sind, dass sich die Bedürfnisse der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wandeln. Wer beispielsweise kleine Kinder erzieht oder sich um pflegebedürftige Angehörige kümmern möchte, hat besondere Anforderungen an sein Berufsleben. Auch Lerninteressen ändern sich stetig: Wer gerade von der Universität kommt, interessiert sich stärker für unternehmensspezifisches Wissen; wer seit vielen Jahren im Job ist, möchte vielleicht sein Fachwissen erweitern oder mit Nachwuchskräften teilen. Unsere lebenszyklusorientierte Personalentwicklung umfasst daher verschiedene zielgruppenspezifische Angebote.

PERFORMANCE-MANAGEMENT: BASIS FÜR TRANSPARENZ UND VERGLEICHBARKEIT.

Die Einschätzung der Leistungen, der Kompetenz und des Potenzials unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist der Grundstein für ihre weitere Entwicklung. Ein einheitliches Vorgehen sorgt dafür, dass sowohl die Beschäftigten als auch der Konzern Transparenz über erbrachte Leistungen erhalten und diese miteinander vergleichen können. Auf der Grundlage dieser Beurteilungsergebnisse bieten wir unseren Beschäftigten herausfordernde, bereichsübergreifende oder internationale Perspektiven. Darüber hinaus identifizieren wir für frei werdende Stellen bei Bedarf rechtzeitig geeignete Nachfolgerinnen und Nachfolger.

Um den Leistungsstand unserer Belegschaft zu beurteilen, setzen wir neben einem Zielemanagement auch die beiden Performance-Messinstrumente „Performance & Potential Review“ (PPR) und „Compass“ ein. PPR wurde im Berichtszeitraum in Deutschland für alle Führungskräfte und Experten sowie international für alle Führungskräfte verpflichtend eingeführt. Zur Vorbereitung des internationalen Roll-outs für Experten haben einige Landesgesellschaften bereits erfolgreiche Pilotphasen durchgeführt. In Deutschland steht darüber hinaus das Leistungsbeurteilungssystem Compass zur Verfügung. Es richtet sich an alle tariflichen Mitarbeiter sowie an Beamte. Beide Instrumente fördern den Dialog zwischen Führungskräften und ihren Teams. Durch diesen Austausch, der eine regelmäßige und an einheitlichen Maßstäben orientierte Rückmeldung zu Leistungen und Entwicklung beinhaltet, wissen unsere Beschäftigten, wo sie beruflich stehen. Darauf aufbauend planen und realisieren sie in gemeinsamer Verantwortung mit ihren Vorgesetzten die weiteren Entwicklungsschritte. Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Beurteilungsinstrumente und die zugehörigen Prozesse noch effizienter zu gestalten.

FOKUS IM TALENTMANAGEMENT ERWEITERT.

Mit unserem Talentmanagement adressieren wir die besonders leistungsstarken Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in absehbarer Zeit in eine deutlich komplexere und herausforderndere Position entwickeln. Mit dem Talentmanagement verfolgen wir gleich mehrere Ziele. Wir wollen motivierte Talente identifizieren, sie im Konzern für entsprechende Positionen und Entscheidungsträger sichtbar machen, sie bei ihrer konzernweiten Vernetzung unterstützen und sie im Rahmen des Nachfolgemanagements berücksichtigen. Teil unseres konzernweiten Talentmanagements ist beispielweise das Programm „Talent Space“. Nach einer erfolgreichen Pilotinitiative aus dem Jahr 2010 starteten wir im Oktober 2012 die zweite Runde des internationalen und bereichsübergreifenden Programms. 43 Prozent der Teilnehmer waren Frauen und rund die Hälfte – 49 Prozent – internationale Teilnehmer aus insgesamt 22 verschiedenen Ländern. An dem Programm nehmen derzeit über 240 Fach- und Führungstalente teil. Sie haben damit die Chance zu Projekttätigkeiten außerhalb des eigenen Bereichs, zur Vernetzung mit anderen Talenten durch gemeinsame Veranstaltungen oder zur konkreten Unterstützung ihrer Karriere durch einen Mentor. „Talent Space“ bieten wir für verschiedene Funktionsbereiche wie HR, Technik oder Finanzen an. 2012 haben wir zusätzlich den Funktionsbereich Innovation integriert, einen strategisch besonders wichtigen Bereich für den Konzern.

Nachdem sich das Talentmanagement in den Vorjahren eher auf spezifische Talentgruppen fokussierte, werden wir unseren Talentfokus im Jahr 2013 deutlich erweitern: Ziel ist es, künftig das individuelle Talent jedes einzelnen Mitarbeiters zu erkennen und so zu fördern, dass er es optimal für sich und im Unternehmen einsetzen kann. Dabei werden wir unseren Blick insbesondere auch auf erfahrene Mitarbeiter und deren Kompetenzen lenken. Bei der Konzeption und Durchführung unserer Talentmaßnahmen werden wir künftig stärker auch unterschiedliche lebensphasenbezogene Mitarbeiterbedürfnisse wie die Vereinbarkeit von Weiterbildungsmaßnahmen und Familienphase berücksichtigen.

GO AHEAD! STRUKTURIERT DIE EXPERTENENTWICKLUNG UND -KARRIERE.

Generell bieten wir unseren Experten spezielle Angebote für die persönliche Professionalisierung und Karriereentwicklung. Diese Angebote sind in einer einheitlichen Systematik gebündelt, die „Go Ahead!“ heißt. Go Ahead! hat die Expertenentwicklung und -karriere im nationalen Konzern im Jahr 2012 gleichwertig zur Führungslaufbahn „Step up!“ positioniert. Mit ihr machen wir Jobanforderungen transparent und zeigen unseren Beschäftigten auf, welche Entwicklungspfade zu welchen Karriere- und Entwicklungszielen führen. Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter können sich jederzeit selbst mithilfe eines spezifischen Tools über funktionsentsprechende Weiterbildungs- und Entwicklungsmaß-

nahmen informieren. Von Go Ahead! profitierten 2012 rund 85 000 Beschäftigte in Deutschland, eine weiterführende internationale Fokussierung steht bevor.

Im Rahmen von Go Ahead! realisieren wir mit CAMPUS eine modular angelegte Weiterbildungssystematik. Sie zielt darauf ab, strategisch notwendige Skills unserer Experten aufzubauen und weiterzuentwickeln. Wir bieten innerhalb von CAMPUS ein nach unterschiedlichen Funktionen gegliedertes Angebot, zum Beispiel für Finanzen und Controlling. Darüber hinaus gehört zum Angebotsrepertoire auch eine Reihe von überfachlichen Qualifikationsmöglichkeiten, etwa Seminare zum Projektmanagement.

Go Ahead! ermöglicht dem Telekom-Konzern eine mittel- und langfristige Kompetenzplanung und Talentförderung über Bereichsgrenzen hinweg. Sowohl Step up! als auch Go Ahead! sind zudem durchlässig für einen Wechsel zwischen Experten- und Führungskräftelaufbahn.

INTERNATIONALISIERUNG DES ENTWICKLUNGSPROGRAMMS „STEP UP!“.

Unsere konzernweite Systematik zur Führungskräfteentwicklung „Step up!“ umfasst unter anderem das weltweite „Leadership Development Program“ mit seinem deutschsprachigen Ableger, dem „Führungskräfteentwicklungsprogramm“. 2012/13 nehmen 414 Mitarbeiter und Führungskräfte an einem der beiden Programme teil, davon 41 Prozent Frauen. Im Zuge der Internationalisierung der Leadership-Programme bereiten wir Führungskräfte des mittleren Managements seit 2012 ausschließlich durch das internationale Leadership Development Program auf höhere Führungsaufgaben vor. Für Mitarbeiter und Führungskräfte der ersten Führungsebene besteht weiterhin die Möglichkeit der Teilnahme am deutschsprachigen Führungskräfteentwicklungsprogramm.

2013 werden wir beide Entwicklungsprogramme stärker individuell ausrichten und modularer gestalten, um die Teilnehmer auf der Basis eines gemeinsamen Verständnisses von Führung und Businessprioritäten für die Herausforderungen der kommenden Jahre vorzubereiten. Auf diese Weise wollen wir die Veränderungen in den Geschäftseinheiten des Konzerns noch besser unterstützen.

Mit unserer Entwicklungssystematik Step up! unterstützen wir Mitarbeiter, die sich erstmals auf eine Führungsposition mit größerer, dauerhafter Personalverantwortung vorbereiten, aber auch Führungskräfte auf dem Weg in eine weiterführende Tätigkeit.

„BOLOGNA@TELEKOM“ ERMÖGLICHT BERUFSBEGLEITENDE AKADEMISCHE WEITERBILDUNG.

Mit der Initiative „Bologna@Telekom“ fördern wir leistungsstarke Mitarbeiter, die neben ihrem Job ein Bachelor- oder Masterstudium absolvieren möchten. Eine Voraussetzung ist, dass sie bereits seit zwei Jahren im Konzern tätig sind. Pro Jahr absolvieren rund 200 Stipendiaten berufsbegleitend ein Bachelor- oder Masterstudium. Das ist seit 2009 auch ohne allgemeine Hochschulreife möglich. Wir bieten neben dem Studium in den Fachrichtungen Informations- und Kommunikationstechnologie, Wirtschaftsinformatik und Wirtschaftswissenschaften auch Promotionen an. Im Rahmen des Bologna-Studiums übernehmen wir die Hälfte der Studiengebühren an einer unserer Partnerhochschulen und stellen die Teilnehmer zehn Tage im Jahr frei. Derzeit absolvieren rund 600 Beschäftigte ein solches Studium, davon 32 Prozent Frauen und ein zunehmender Anteil von über 40-Jährigen. Sie alle erhöhen p arallel zum Job ihre Beschäftigungsfähigkeit. Für die Telekom bietet sich die Möglichkeit, wichtige Leistungsträger an den Konzern zu binden und unseren Fachkräftebedarf abzusichern. Im Jahr 2012 schlossen die ersten 33 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihr Studium erfolgreich ab.

NEUE ERFAHRUNGS- UND ALTERSGERECHTE LEHR- UND LERNFORMEN.

Die Altersspanne unserer Beschäftigten steigt ebenso wie das Durchschnittsalter unserer Belegschaft. Gleichzeitig verlängert sich die Lebensarbeitszeit. Diese Entwicklungen steuern und nutzen wir durch den Einsatz neuer Lehr- und Lernformate. Sie orientieren sich konsequent an den Anforderungen der unterschiedlichen Generationen und Lebenszyklen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit den neuen Weiterbildungsformaten tragen wir vor allem zur Beschäftigungssicherung unserer langjährig Beschäftigten bei. Wir berücksichtigen konsequent aktuelle Lehr- und Lernanforderungen wie die zunehmende Integration des Lernvorgangs in den Arbeitsprozess. Dies erreichen wir zum Beispiel, indem wir formelle Qualifizierungsanteile (Workshops, Reality Trainings) mit informellen (Zusammenarbeit über unser internes Netzwerk) konsequent verzahnen. Praxisorientierte Didaktik, Coaching oder Mentoring sollen zusätzlich Lust auf lebenslanges Lernen machen. Diese Vorgehensweise nutzen wir derzeit insbesondere bei der Entwicklung von Fachkräften für die Netzinfrastruktur sowie bei der beruflichen und akademischen Qualifizierung von berufserfahrenen Ingenieuren und Ingenieurinnen der Nachrichtentechnik.

AKADEMISCHE WEITERBILDUNG AN DER HOCHSCHULE FÜR TELEKOMMUNIKATION.

Seit dem Jahr 2012 absolvieren 48 Ingenieure der Nachrichten- und Elektrotechnik an unserer konzerneigenen Hochschule für Telekommunikation in Leipzig eine Weiterqualifizierung, um ihr Fachwissen auf den neuesten Stand zu bringen. Das Durchschnittsalter dieser Ingenieure liegt bei 53 Jahren. Die Qualifizierungsmaßnahme dauert 18 Monate und besteht aus mehreren Modulen des Bachelorstudiengangs Telekommunikationsinformatik. Sie beinhaltet gezielte Coachingmaß-

nahmen und eine individuelle Lernbegleitung durch speziell ausgebildete Tutoren. Der Studienplan berücksichtigt zurückliegende Studienerfahrungen, Praxiseinsätze ergänzen die Präsenzphasen an der Hochschule. Weitere Qualifizierungen laufen 2013 im Bereich der Wirtschaftswissenschaften an.

GEZIELTE BESTEN-FÖRDERUNG IM IT-BEREICH.

Neben unseren Hochschulaktivitäten haben wir 2012 weitere Ausbildungsinitiativen aufgelegt oder fortgeführt, mit denen wir unsere Talentsuche und -förderung noch besser aufstellen. Im 2010 gestarteten „Young IT Talents"-Programm nahmen dieses Jahr weitere 28 besonders IT-begabte Telekom-Auszubildende und -Studierende die Chance auf eine forcierte Weiterbildung wahr. 2012 starteten wir zusätzlich das Programm „Young Sales Talents" für Nachwuchskräfte mit besonderer Begabung in Kundenberatung und Verkauf mit 30 Teilnehmern. Die Teilnehmer beider Programme erhalten die Chance, anspruchsvolle Kundenprojekte zu übernehmen und sich umfassend weiterzuqualifizieren – in ihrer eigenen Community, bei internen und externen Fach- und Schulungsveranstaltungen sowie in nationalen sowie internationalen Wettbewerben.

SERVICE-KARRIEREN SICHERN QUALITÄT DES KUNDENSERVICE.

Seit 2009 haben wir insgesamt mehr als 3 400 Mitarbeiter durch unser Personalentwicklungsprogramm „Service-Karrieren" weiterentwickelt und damit die Qualität des Kundenservice auf breiter Front gesichert. Das Programm besteht aus Seminaren und Praxiselementen wie beispielsweise Hospitationen und Projektarbeit. Grundsätzlich steht es allen Beschäftigten aus den für Service-Karrieren definierten Bereichen wie beispielsweise dem Vertrieb oder dem Kundenservice für die berufliche und persönliche Weiterentwicklung offen. Im Dezember 2012 und Januar 2013 starteten erneut 215 Mitarbeiter mit einer Service-Karriere. Sie werden das Programm voraussichtlich in diesem Jahr abschließen.

INTERNATIONALE MOBILITÄT, AUSTAUSCH UND WISSENSTRANSFER.

Um den Aufbau von Know-how und eines gemeinsamen One-Company-Gedankens über Ländergrenzen hinweg voranzutreiben, legen wir großen Wert auf internationale Entwicklungsprogramme. So bietet beispielsweise das konzernübergreifende Programm „Telekom x-Change" nationalen wie internationalen Leistungs- und Potenzialträgern die Gelegenheit, für drei bis sechs Monate einen Auslandseinsatz in Deutschland oder in einer der internationalen Landesgesellschaften zu absolvieren. Seit Programmstart im Jahr 2009 ist die Anzahl der Auslandseinsätze im Rahmen von x-Change kontinuierlich gestiegen.

Als ein weiteres gelungenes Beispiel für internationalen Austausch und Wissenstransfer gilt das 2009 vom Segment Europa und Technik initiierte Entwicklungsangebot „Master Classes" für Top-Experten: 2012 nahmen über 180 Teilnehmer aus 14 Ländern erfolgreich an den Trainingsmodulen teil und tauschten sich intensiv mit ihren internationalen Kollegen zu den zukunftsweisenden Themen wie Innovation, Change-Management oder Leadership aus.

TELEKOM ALS TOP-AUSBILDUNGSUNTERNEHMEN.

Die Telekom steht für herausragende betriebliche (Aus-)Bildungsangebote im kaufmännischen und technischen Bereich, beispielsweise zu Kaufleuten für Bürokommunikation oder zum IT-Systemelektroniker. Mit einer bis 2013 festgeschriebenen Ausbildungsquote von 8,7 Prozent der deutschen Belegschaft haben wir einen Spitzenwert an Auszubildenden und dual Studierenden.

In Deutschland zählen wir seit Jahren zu den größten Ausbildungsunternehmen. Bundesweit bilden wir kompetenten Berufsnachwuchs in elf Ausbildungsberufen und neun dualen Studiengängen in Kooperation mit zehn Partnerhochschulen aus. Die Gesamtzahl der Auszubildenden und Studierenden lag im Ausbildungsjahr 2012/2013 bei rund 9 300. Aber auch in den Auslandsgesellschaften wie zum Beispiel in den Niederlanden, in Österreich oder der Schweiz bilden wir junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus. Mit unserem Ausbildungsengagement beugen wir nicht nur dem wachsenden Fachkräftemangel aktiv vor. Wir nehmen auch unsere unternehmerische und gesellschaftliche Verantwortung grenzübergreifend ernst. Angesichts des immer dynamischeren technologischen Fortschritts nimmt der Bedarf an qualifizierten Fachkräften in den Technik- und Innovationsbereichen weiter zu. Mit unserem neuartigen Ausbildungskonzept sichern wir die Innovationsfähigkeit der Telekom. Wir holen kontinuierlich neues Wissen und Können in unser Unternehmen. Damit wächst unser interner Pool an qualifizierten Nachwuchskräften, auf den wir in den kommenden Jahren zurückgreifen.

Im Jahr 2012 boten wir über 3 200 jungen Menschen die Chance, mit einer Ausbildung und dualen Studiengängen eine qualitativ hochwertige Berufsausbildung im In- und Ausland zu beginnen. Die Vielfalt der Kulturen schreiben wir auch im Rahmen der Ausbildung groß: Aktuell beschäftigen wir Auszubildende und dual Studierende aus insgesamt 49 Nationen.

Einen wichtigen Baustein zur beruflichen Erstausbildung und Weiterbildung – insbesondere im technischen Bereich – liefert auch das akademische Angebot der konzerneigenen Hochschule für Telekommunikation (HfTL) in Leipzig. Im Berichtsjahr haben wir von insgesamt 340

Absolventen unserer Präsenz- und dualen Studiengänge an verschiedenen Kooperationshochschulen rund 70 Prozent in unseren Konzern übernommen, davon alleine 72 Absolventen von der HfTL.

T-Mobile Austria ausgezeichnet als vorbildlicher Lehrbetrieb.
Im Jahr 2012 zeichnete das österreichische Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend die Landesgesellschaft T-Mobile Austria als vorbildlichen Lehrbetrieb aus. Die Nachwuchsarbeit der Gesellschaft zeichnet insbesondere der Einsatz moderner online-gestützter Lernmethoden, die Fokussierung auf die Persönlichkeitsentwicklung und soziale Kompetenzen sowie die hohe Übernahmequote von circa 80 Prozent aus.

PERSPEKTIVEN SCHAFFEN MEHR CHANCEN FÜR BENACHTEILIGTE GRUPPEN.

In Zusammenarbeit mit der Bundesagentur für Arbeit unterstützen wir benachteiligte gesellschaftliche Gruppen in Deutschland dabei, einen Berufseinstieg zu finden oder sich weiterzuqualifizieren.

Das Projekt „Meine Chance – ich starte durch“ eröffnet insbesondere benachteiligten Jugendlichen in der sozialen Grundsicherung und schwer vermittelbaren Bewerbern die Möglichkeit zum Berufseinstieg. Die Bilanz des Projekts ist sehr positiv: 100 Praktikanten starteten 2011 mit der Einstiegsqualifizierung, 66 von ihnen begannen ein Jahr darauf eine Ausbildung bei uns. 47 Teilnehmer des Projekts übernahmen wir sogar direkt ins zweite Ausbildungsjahr. Im Jahr 2012 begannen weitere 119 Jugendliche ihr Praktikum bei uns.

Mit einem weiteren Projekt, das wir im Jahr 2012 fortgeführt haben, sprechen wir gezielt die Gruppe der alleinerziehenden Mütter und Väter an. Ziel des Projekts ist, Alleinerziehenden, die aufgrund ihrer bisherigen Lebenssituation nicht die Möglichkeit dazu hatten, eine Ausbildung oder ein Studium in Teilzeit zu ermöglichen. Die Teilzeitausbildung bieten wir in allen Ausbildungsberufen bei der Deutschen Telekom an, das Teilzeitstudium in den technischen dualen Studiengängen an unserer Hochschule für Telekommunikation in Leipzig. Insgesamt starteten im Jahr 2012 19 alleinerziehende Mütter im Rahmen des Projekts ihre berufliche Karriere in unserem Unternehmen.

Beide Projekte bauen wir in Zukunft aus.

GESUNDHEIT & SICHERHEIT.

Die Anforderungen an unsere Mitarbeiter wie an unsere Führungskräfte steigen in vielen Bereichen des Unternehmens. Als fürsorglicher Arbeitgeber wollen wir der möglichen physischen und psychischen Überlastung aktiv gegensteuern: Wir verfügen über einen anerkannt hohen Standard im Gesundheitsschutz und bieten unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern über das allgemeine Angebot unseres betrieblichen Gesundheitsmanagements hinaus zahlreiche weitere zielgruppenspezifische Maßnahmen an. Gesetzliche Vorgaben zum Arbeits- und Gesundheitsschutz stellen für uns dabei nur eine Minimalanforderung dar. Unser überdurchschnittliches Engagement bestätigen zahlreiche Auszeichnungen. Auch im Arbeits-, Brand- und Umweltschutz verwirklichen wir konzernweit hohe Standards.

MITARBEITERBEFRAGUNG GESUNDHEIT.

Im Rahmen der alle zwei Jahre stattfindenden konzernweiten Mitarbeiterbefragung führen wir auch eine anonyme Gesundheitsbefragung durch. Sie wird ab einer Teilnehmerzahl von mindestens fünf pro Team ausgewertet und dient dazu, allgemeine Gesundheitsrisiken sowie übergeordnete Muster psychischer Erkrankungen rechtzeitig zu erkennen und daraus Maßnahmen auf Unternehmens-, Bereichs- und Teamebene sowie auf individueller Ebene abzuleiten. Ein Schwerpunkt der Gesundheitsbefragung liegt beim Thema psychische Belastungen am Arbeitsplatz. Mit dieser Schwerpunktsetzung ist die Deutsche Telekom europaweit ein Vorreiter: Ein Vergleich der Mitarbeiterbefragungen europäischer Unternehmen durch die Technische Universität Dresden und das Beratungsunternehmen Gesellschaft für Konsumforschung Trustmark im Jahr 2012 ergab, dass die Telekom die meisten Fragen zu diesem Komplex stellt.

2013 werden wir auf Basis der aus den Befragungsergebnissen abgeleiteten Handlungsempfehlungen und tiefergehender Analysen durch die TU Dresden weitere Folgemaßnahmen umsetzen.

LEISTUNGSFÄHIGKEIT NACHHALTIG UNTERSTÜTZEN.

Es ist für uns eine wichtige Aufgabe, gesundheitsfördernde Maßnahmen in allen Teilbereichen des Konzerns umzusetzen. Insbesondere der Sensibilisierung, Prävention und Eigenverantwortung messen wir große Bedeutung bei. Mit konzernweiten Aktionen fördern wir deshalb das Gesundheitsbewusstsein und die Gesundheitskompetenz aller unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Unsere Maßnahmen richten wir auf die spezifischen Bedürfnisse unserer verschiedenen Mitarbeitergruppen aus. Das Portfolio der Maßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz umfasst auch eine Vielzahl freiwilliger Angebote zur betrieblichen Gesundheitsförderung. Dazu gehören

- Seminare zur Stressprävention,
- Grippeschutzimpfungen,
- Darmkrebsvorsorge,
- Informationen zu Ernährung, Bewegung und Entspannung sowie
- ein jährlicher, umfassender Gesundheitscheck durch den Betriebsarzt, den wir allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern anbieten.

Den Erfolg unserer Maßnahmen zeigt unsere Gesundheitsquote: Sie beläuft sich auf 94,2 Prozent (Stand 31.12.2012).

ARBEITS- UND GESUNDHEITSSCHUTZ BERÜCKSICHTIGT DEMOGRAFISCHEN WANDEL.

Unser klares Ziel ist es, die Arbeitsfähigkeit unserer Mitarbeiter während ihres gesamten Berufslebens bei der Deutschen Telekom optimal zu fördern. Daher analysieren wir kontinuierlich altersabhängige und mit bestimmten Tätigkeitsprofilen verbundene Gesundheitsrisiken und leiten aus den Ergebnissen konkrete Präventionsangebote ab. Diese Angebote berücksichtigen vor allem die Erkrankungen, die im jeweiligen Arbeitsumfeld und bei bestimmten Tätigkeitsprofilen gehäuft auftreten könnten.
Eine zentrale Aufgabe ist zum Beispiel, Erkrankungen des Herz-Kreislauf-Systems und des Muskel-Skelett-Apparats vorzubeugen. Wir erwarten, dass diese Erkrankungen im Rahmen einer allgemein alternden Gesellschaft auch innerhalb unseres Personals verstärkt auftreten. Deshalb zielen wir zum Beispiel mit der Maßnahme „Step by Step“ darauf ab, Muskel- und Knochenverletzungen bei Wegeunfällen präventiv zu vermeiden. Mit diesem Trainingsprogramm vermitteln wir nicht nur, wie man Gefahren erkennt und Stürze vermeidet, sondern auch, wie man „richtig“ fällt, wenn es dann doch einmal passieren sollte.
Es wird zielgruppenspezifisch an Standorten der Deutsche Telekom Technik und der Deutsche Telekom Technischer Service durchgeführt. Zusammen mit der Unfallkasse für Post und Telekom und dem Institut für Arbeitsschutz der Deutschen Gesetzlichen Unfallversicherung stellen wir sicher, dass aktuelle wissenschaftliche Erkenntnisse in die Entwicklung solcher Maßnahmen einfließen.

PSYCHISCHE GESUNDHEIT.

Der Prävention psychischer Erkrankungen kommt eine besondere Bedeutung zu. Rasches Handeln verhindert oftmals ein chronisches Leiden, das – bereits lange vor Eintritt der Arbeitsunfähigkeit – nicht zuletzt mit rapide schwindender Leistungskraft verbunden ist. Wir bieten allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein umfangreiches Seminarangebot zur psychischen Gesundheit und Stressprävention sowie eine Beratung zu gesundheitsförderndem Verhalten. Unsere Beschäftigten nutzen unter anderem das innovative Seminarkonzept zum Thema

Resilienz, das heißt zur Steigerung der psychischen Widerstandsfähigkeit. Daneben können sie zu den Themen Stress, Sucht, Konflikte, Veränderung, Führung und Gesundheit eine individuelle psychosoziale Beratung in Anspruch nehmen. Die Beratung ist sowohl im persönlichen Kontakt als auch über eine Service-Line möglich. Um die Führungskräfte für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren, bieten wir ihnen das webbasierte Training „Psychische Gesundheit – was tun als Führungskraft“ an. Das Programm unterstützt sie dabei, frühzeitig psychische Belastungen bei ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, aber auch bei sich selbst zu erkennen. Das ermöglicht es den Führungskräften, rechtzeitig gegenzusteuern oder bei Bedarf professionelle Unterstützung zu organisieren.

SENSIBILISIERUNG ÜBER GESUNDHEITSKOMMUNIKATION UND TRAINING.

Wir informieren unsere Belegschaft umfassend über die Angebote der betrieblichen Gesundheitsförderung, insbesondere auch zur Steigerung der psychischen Gesundheit. Dazu diente unsere ganzjährige Gesundheitskampagne 2012. Für die Mitarbeiterinformation nutzen wir regelmäßig unsere internen Medien: unsere Mitarbeiterzeitschrift „you and me“, das Intranet, Social Media sowie Plakate und Prospekte. Wir unterstützen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter durch zahlreiche Angebote zu den Themenschwerpunkten Bewegung, Ernährung sowie Stressprävention und Stressbewältigung. Die Resonanz auf unsere Angebote ist sehr gut: So besuchten im Berichtsjahr beispielsweise insgesamt 2 250 Teilnehmer die fünf Veranstaltungstage zum Thema Stressprävention. Das im Rahmen der Kampagne gestartete Gesundheits-Special war eines der meistgeklickten Specials im Konzern-Intranet. Außerdem bewarben sich mehr als 580 Mitarbeiter als Testimonials für ein im Rahmen der Kampagne durchgeführtes Ernährungscoaching und 200 Teams besuchten Entspannungsseminare. Über die Kommunikationskampagne hinaus steht im Telekom-Intranet ein internationales Informationsforum zum Arbeits- und Gesundheitsschutz bereit. Aufgrund der großen Resonanz finden beispielsweise Dialogforen zum Thema „Stress“ auch im Jahr 2013 statt.

Unsere Führungskräfte übernehmen bei der Prävention eine zentrale Rolle: Im direkten Kontakt mit ihren Teammitgliedern nehmen sie ihre Fürsorgepflicht wahr, leben gesundes Verhalten vor und geben Orientierung. Um unsere Führungskräfte zu unterstützen, stellen wir ihnen ein umfassendes Informationsangebot mit Handlungsleitfäden und Broschüren bereit. Es beschreibt zum Beispiel unsere Trainingsangebote zu Gesundheitsthemen und Arbeitssicherheit.

„HEALTH- & SAFETY“-STANDARDS UND -MANAGEMENTSYSTEM.

Der bestmögliche Schutz unserer Beschäftigten steht bei uns immer im Mittelpunkt. Den konzernweiten Ansatz unseres Arbeits- und Gesundheitsschutzes unterstützen wir mit einem international einheitlichen „Health, Safety & Environmental“-Managementsystem. 30 Landesgesellschaften waren Ende 2012 integriert, 2013 werden wir neun weitere Gesellschaften unseres Konzerns anbinden. Damit ist der Grundstein für konzernweit einheitliche Standards im Arbeits- und Gesundheitsschutz gelegt. Das System basiert auf den folgenden internationalen Standards: OHSAS 18001 , ISO 14001 und ISO 9001 für Gesundheits-, Arbeits- und Umweltschutz sowie Qualität. Zudem haben wir einheitliche Kennzahlen festgelegt, zum Beispiel um Ausfallzeiten zu messen. Mindeststandards und entsprechende Kennzahlen schaffen international mehr Transparenz und bessere Vergleichbarkeit. Das „Health, Safety & Environmental“-Managementsystem unterstützt uns darüber hinaus dabei, auch im Krisenfall die weltweite Telekommunikationsinfrastruktur aufrechtzuerhalten.

Ein Expertenteam verschiedener Fachrichtungen verfolgt im Arbeits-, Gesundheits- und Brandschutz einen ganzheitlichen, systematischen Ansatz. Gesteuert von unserer „Health & Safety“-Organisation kümmern sich allein in Deutschland rund 130 Betriebsärzte und 120 Spezialisten für Arbeitssicherheit um die Belange unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Zudem können die Beschäftigten kostenfrei und vertraulich das Angebot nutzen, sich bei psychosozialen Fragestellungen bundesweit von über 50 Experten beraten zu lassen.

Bereits im Jahr 2012 definierten wir mit ausgewählten Landesgesellschaften – T-Systems Mexico, T-Systems South Africa, T-Systems Malaysia, T-Systems UK, PTC, Slovak Telekom – gemeinsame Gesundheitsstandards. Diese Standards führen wir bis 2014 in unseren Konzerngesellschaften verpflichtend ein. Vor Ort überprüfen wir, ob die Gesellschaften die Standards umsetzen, Verbesserungsmaßnahmen im Arbeits- und Gesundheitsschutz realisieren sowie die rechtlichen Anforderungen an die Arbeitsplätze einhalten. Als Nachweis von unabhängiger Seite lassen wir die Landesgesellschaften zusätzlich nach dem internationalen Arbeits- und Gesundheitsschutzstandard OHSAS 18001 zertifizieren. Im Jahr 2013 bauen wir unsere Zertifizierungsaktivitäten weiter aus. So soll ein unabhängiges Zertifizierungsunternehmen 20 unserer Gesellschaften mit insgesamt rund 31 000 Beschäftigten die Rechts- und Normkonformität bescheinigen.

VERGÜTUNG.

Faire und zugleich marktgerechte Konditionen und Gehälter sind ein wichtiges Steuerungsinstrument, um die Telekom in Wandel und Wettbewerbsdruck handlungsfähig zu halten. Dies hat die Telekom auch in ihrer Sozialcharta festgelegt.

DEUTSCHE TELEKOM STEHT FÜR FAIRE GEHÄLTER.

Die Deutsche Telekom pflegt eine vertrauensvolle Beziehung zu den Arbeitnehmervertretern und bezahlt alle Mitarbeiter angemessen. Auch die bei der Telekom beschäftigten Leiharbeiter, die von Dritten bezahlt werden, erhalten eine angemessene Vergütung. Die erfolgreiche Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmern belegen unter anderem die Ergebnisse der Tarifrunden. In der Tarifrunde 2012 einigten sich die Verhandlungspartner auf folgendes Ergebnis für die Beschäftigten der Telekom Deutschland und T-Systems:

- Die Gehälter der rund 50 000 Beschäftigen der Telekom Deutschland werden in drei Stufen um insgesamt 6,5 Prozent erhöht: ab Mai 2012 um 2,3 Prozent und 2013 in zwei Schritten um jeweils 2,1 Prozent. Der neue Entgelttarifvertrag gilt ab 1. Februar 2012 und hat eine Laufzeit von 24 Monaten.

- Darüber hinaus einigten sich die Verhandlungspartner auf eine Neugestaltung der variablen Vergütung für die Beschäftigten der Telekom Deutschland. Die bisher individuell leistungsbezogenen Komponenten sollen künftig an den Unternehmenszielen ausgerichtet und sowohl in Teilen abgesichert als auch monatlich ausbezahlt werden.

- Auch die 18 500 Mitarbeiter von T-Systems erhalten stufenweise 6,5 Prozent mehr Gehalt: rückwirkend zum 1. Mai 2012 um 2,3 Prozent, am 1. Januar und 1. September 2013 um jeweils 2,1 Prozent. Der neue Tarifvertrag gilt rückwirkend zum 1. Mai 2012 und hat eine Laufzeit von 27 Monaten.

- Der Kündigungsschutz für die Beschäftigten von T-Systems wird bis Ende 2013 verlängert.

- Die variable Vergütung wird künftig für Mitarbeiter, die nicht im Vertrieb tätig sind, ausschließlich nach den Unternehmenszielen von T-Systems bemessen und auf mindestens 50 Prozent abgesichert. Auch in den Auslandsgesellschaften von T-Systems basiert die Zielfestlegung für die variable Vergütung hauptsächlich auf Unternehmenszielen. In manchen Ländern bestehen jedoch aufgrund der Gesetzeslage spezielle Vergütungsregelungen.

Die Telekom bietet keine Beschäftigungen im Niedriglohnsektor an. Der von den Gewerkschaften für Beschäftigte in Deutschland oftmals geforderte Mindestlohn in Höhe von 8,50 Euro pro Stunde wird im gesamten inländischen Konzern deutlich übertroffen.

Genderbezogene Gehaltsanalyse belegt Fairness.
Bereits seit 2009 vergleichen wir systematisch die Vergütung der weiblichen und männlichen Beschäftigten in Deutschland. Auch für 2012 ergab die Analyse keine signifikanten geschlechtsspezifischen Unterschiede bei der Vergütung von außertariflichen Mitarbeitern und leitenden Angestellten. Bei der Gruppe der Tarifbeschäftigten können wir eine geschlechtsspezifische Benachteiligung von vornherein ausschließen, da sich ihr Gehalt ausschließlich nach der Eingruppierung in die jeweiligen Funktionen richtet. Mit dem Ergebnis stellt die Deutsche Telekom unter Beweis, dass sie gleichermaßen faire Gehälter für Frauen und Männer zahlt und keine Entgeltdiskriminierung zulässt. Ende 2012 haben wir uns außerdem an dem vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend geförderten Projekt „Logib-D“ zur Überprüfung der Lohngleichheit zwischen Frauen und Männern beteiligt. Die Untersuchung hat die bisherigen positiven Ergebnisse der Analyse bestätigt.

BETRIEBLICHE ALTERSVERSORGUNG.

Die Telekom bietet ihren Beschäftigten auf der Grundlage freiwilliger Zusagen eine lukrative arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung. Der Kapitalkontenplan stellt ein modernes, beitragsorientiertes Versorgungssystem dar. Ergänzend zum Kapitalkontenplan bieten wir unseren Beschäftigten eine optionale, ausschließlich arbeitnehmerfinanzierte betriebliche Altersversorgung über unseren Pensionsfonds. Damit lassen sich mögliche Versorgungslücken im Alter schließen und nach Wunsch auch die Risiken Berufsunfähigkeit und/oder Todesfall weitgehend absichern.

PERSONAL- & ORGANISATIONSUMBAU.

Kurze Innovations- und Technologiezyklen sowie stetig steigender Preis- und Kostendruck prägen den globalen ICT-Markt. Mit zukunftsweisenden Umstrukturierungen hat die Telekom auch im Berichtszeitraum ihre Wettbewerbsfähigkeit weiter gestärkt und somit die Basis für langfristigen Unternehmenserfolg geschaffen. Insbesondere die Konzernzentrale sowie die IT-Funktionen in Deutschland standen im Zentrum der Maßnahmen. Wie bereits in der Vergangenheit gestaltet die Telekom den Umbau sozialverträglich und nutzt dafür die natürliche Fluktuation ebenso wie die verfügbaren personalpolitischen Instrumente.

TOTAL WORKFORCE MANAGEMENT: PRODUKTIVITÄT STEIGERN, FÄHIGKEITEN ENTWICKELN, UMBAU VORANTREIBEN.

Unser Total Workforce Management (TWM) setzen wir weltweit im gesamten Konzern ein. Wir steuern damit die Struktur unserer Belegschaft unter Berücksichtigung von Kapazitäten, Skills, Demografie und Standort. Mit dem TWM simulieren wir die Effekte unterschiedlicher Geschäftsszenarien auf die Personalarbeit, etwa beim hybriden Breitbandausbau in Deutschland. In den kommenden Jahren steigt der Breitbandbedarf sowohl im Mobilfunk als auch im Festnetz weiter deutlich. Die Telekom erhöht deshalb ihre Investitionen in breitbandige Netze und Produkte erheblich. Wir verbessern so auch langfristig unsere Wettbewerbsposition. Schwerpunkt der Breitbandinvestitionen ist Deutschland mit dem Ausbau des LTE-Netzes sowie dem Einsatz neuer Technologien im Festnetz. Vor diesem Hintergrund entscheiden wir im Hinblick auf die zukünftigen Anforderungen an unsere Belegschaft gezielt über

- Maßnahmen der Personalentwicklung,
- die Struktur und den inhaltlichen Schwerpunkt der Berufsausbildung,
- die Zahl von Auszubildenden oder Direkteinsteigern in den nächsten Jahren und
- die Realisierbarkeit von neuen Geschäftsmodellen, orientiert an den vorhandenen Personalkapazitäten.

Unsere Zielsetzungen sind eindeutig definiert:

- Wir wollen die Produktivität unseres Personals steigern und so die Kostensituation der Telekom in allen Märkten optimieren.
- Wir wollen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter entsprechend ihrer Fähigkeiten einsetzen und zu marktgerechten Konditionen beschäftigen.
- Wir wollen den geschäftsorientierten Umbau unseres Konzerns vorantreiben.

Eine weitere wichtige Steuerungsgröße unseres Total Workforce Management ist die laufende Überprüfung der Gesundheitsquote unserer Belegschaft. Mithilfe dieser Quote identifizieren wir Handlungsfelder, leiten daraus gezielt zentrale und dezentrale Maßnahmen zum Gesundheitsschutz ab und prüfen deren Wirksamkeit.

TOTAL WORKFORCE MANAGEMENT IM INTERNATIONALEN EINSATZ.

48 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten außerhalb Deutschlands, 54 Prozent unseres Umsatzes erwirtschaften wir im Ausland. Die konzernweite Perspektive ist daher entscheidend für den Erfolg des Total Workforce Management (TWM). Deshalb haben wir unser TWM im gesamten Konzern verankert. Wir entscheiden global nach einheitlichen Kriterien, wie viel Personal wir wo zu welchen Kosten und mit welchen Fähigkeiten einsetzen

Verankerung in weiteren Landesgesellschaften.
Im Jahr 2012 haben wir methodische Schwerpunkte des Total Workforce Management in weiteren Gesellschaften verankert. So wurde beispielsweise das quantitative und qualitative Personalplanungsinstrument „Qualität des Personalkörpers“ unter anderem in den zur griechischen OTE-Gruppe gehörenden Gesellschaften OTE und Cosmote pilotiert. Dieses Instrument ermöglicht uns, bestehende Qualifikationsprofile in der Belegschaft strukturiert zu erfassen und sie mit künftig nachgefragten Profilen des Geschäfts abzugleichen. Außerdem fließen demografie- und kostenbezogene Faktoren in die Planung mit ein. Daneben konnten wir in den internationalen Gesellschaften der T-Systems eine breite Anwendung der auf Total Workforce Management basierenden Personalplanung und -steuerung etablieren.

Auch für die kommenden Jahre erwarten wir eine Zunahme der Komplexität des Marktumfelds und damit steigende Anforderungen an unsere Mitarbeiter hinsichtlich ihrer Fähigkeiten und ihrer Flexibilität. Deshalb werden wir die Methodik des Total Workforce Management als Fundament der strategischen Personalplanung weiter ausbauen und an die Erfordernisse des Marktumfelds anpassen.

EXTERNAL WORKFORCE MANAGEMENT: STEUERUNGSTOOL FÜR EXTERNE MITARBEITER UND DIENSTLEISTER.

Im Jahr 2013 erweitern wir unser Total Workforce Management um das External Workforce Management für den möglichst kosteneffizienten Einsatz externer Arbeitskräfte und Dienstleister. Damit bauen wir erstmals eine integrierte Sicht auf interne und externe Beschäftigung auf und schaffen eine stringente Verbindung zwischen den verschiedenen Instrumenten des Personalumbaus. Das External Workforce Management ermöglicht uns eine ganzheitliche Steuerung von Mitarbeitern, externen Kräften und Dienstleistern.

AUFBAU, UMBAU, ABBAU: STRATEGISCHES PERSONALPROGRAMM FORTGESETZT.

Die Deutsche Telekom begegnet aktiv den Herausforderungen durch den technologischen und demografischen Wandel. Wir balancieren die Altersstruktur unserer Belegschaft weiter aus, indem wir die Fähigkeiten unserer Experten – auch älterer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – konsequent weiterentwickeln und neues Know-how ins Unternehmen holen. Allein in Deutschland planen wir für 2013 bis zu 3 800 Neueinstellungen, davon rund 1 900 Hochschulabsolventen und Experten mit Berufserfahrung. Weitere 1 900 Stellenangebote halten wir für intern ausgebildete Nachwuchskräfte vor, insbesondere für die Absolventen dualer Studiengänge. Damit liegt die Zahl der Neueinstellungen bei der Telekom nach wie vor auf hohem Niveau.

Im Zuge der geschäftsorientierten Reorganisation haben wir 2012 in Teilen unseres Konzerns den sozialverträglichen Personalumbau fortgesetzt. Dabei nutzen wir, basierend auf dem Grundsatz der Freiwilligkeit, bewährte Instrumente. Dazu zählen in Deutschland insbesondere die im Herbst 2011 neu aufgelegten Regelungen zur Altersteilzeit für Arbeitnehmer, außertarifliche Mitarbeiter und obere Führungskräfte. Auch für die Altersteilzeit und den vorzeitigen Ruhestand von Beamten gibt es entsprechende Regelungen. Die Leistungen unserer Angebote liegen dabei deutlich über den gesetzlichen Standards. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die daran interessiert sind, sich beruflich neu zu orientieren, unterstützen wir mit wirkungsvollen Veränderungsinstrumenten. Dazu gehören eine professionelle Newplacement-Beratung – das heißt die Beratung und Begleitung bei der Suche nach einem neuen Arbeitsplatz – oder eine berufliche Auszeit („Sabbatical“).

NEUORGANISATION DER KONZERNZENTRALE.

Zum 1. Januar 2013 fiel der Startschuss für unsere neu aufgestellte Konzernzentrale, das Group Headquarters, und die veränderten Group Services. Im Zuge der Neuorganisation vereinfachen wir beispielsweise die betrieblichen Prozesse, beenden ineffiziente Doppelarbeiten und schaffen klare Verantwortlichkeiten. Das neue Group Headquarters konzentriert sich auf seine Rolle als Richtungs- und Impulsgeber für den Konzern. Operative Funktionen verlagern wir in die Group Services, die als effizienter Dienstleister für das Group Headquarters und die anderen Konzerneinheiten arbeiten. Der Neustart unserer Konzernzentrale erforderte umfangreiche strukturelle und personelle Veränderungen. Diese setzten wir zum großen Teil bereits im Jahr 2012 durch interne und externe Fluktuation sowie durch etablierte Ausstiegsmodelle sozialverträglich um. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, deren Aufgaben durch die Neuorganisation entfallen sind, unterstützen wir mit einer speziell geschaffenen, temporären Geschäftseinheit individuell bei der Suche nach einer neuen Beschäftigung.

GESCHÄFTSKUNDENVERTRIEB WIRD GESTRAFFT.

Für den Geschäftskundenvertrieb haben sich Arbeitgeber- und Arbeitnehmerseite darauf verständigt, die bisher kleinteilige Struktur in Deutschland zu straffen: Der Geschäftskundenvertrieb wird künftig mit 16 Vertriebs- und Service-Centern und 28 Vertriebsbüros präsent sein. Bis Februar 2013 setzten wir die Neustrukturierung an den Standorten Bielefeld, Stuttgart, Bremen, Hannover und Saarbrücken um, elf weitere Standorte werden folgen. Bis Mitte 2014 soll die Transformation abgeschlossen sein.

NEUE GESELLSCHAFT FÜR DEN GLASFASERAUSBAU.

In Deutschland haben wir zum 1. Januar 2012 eine eigene Gesellschaft für den Glasfaserausbau gegründet: Deutsche Telekom Glasfaser Service GmbH. Damit können wir den Ausbau des Breitbandnetzes beschleunigen und zugleich flexibler und wirtschaftlicher gestalten.

AGILERE STRUKTUREN UND SCHLANKERE PROZESSE BEI T-SYSTEMS.

Um dem steigenden Wettbewerbsdruck im globalen ICT-Markt zu begegnen und den Unternehmenserfolg langfristig zu sichern, hat T-Systems im Rahmen des Projekts „Act4Service“ seine Geschäftsbereiche umfassend neu strukturiert. Ziel ist es, agilere Strukturen und schlankere Prozesse zu schaffen. 2012 wurde die neue Geschäftsstruktur in allen Geschäftseinheiten weltweit implementiert. Sie schafft die Voraussetzungen für vereinfachte, bereichs- und länderübergreifende Arbeitsprozesse. Das Projekt wurde Anfang 2012 abgeschlossen. Weiterhin wurde im Jahr 2012 der neue Geschäftsbereich „Telekom IT“ implementiert. Ab 2013 wird T-Systems auch organisatorisch verschlankt, indem die Großkundensparte die Zahl der operativen Geschäftsbereiche von derzeit vier auf die zwei Bereiche „Sales“ und „Delivery“ reduzieren wird. Dieser Prozess wird voraussichtlich im Juni 2013 abgeschlossen sein.

Personalumbau bei T-Systems: Veränderungsbereitschaft ist gefragt.

Im Rahmen des Personalumbaus informiert T-Systems seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter intensiv über die damit verbundenen Möglichkeiten und die vorhandenen Instrumente, um sie frühzeitig bei der individuellen Planung weiterer Karriereschritte zu unterstützen. Sei es durch Qualifizierung auf hochwertige Stellen im Unternehmen oder – wenn nötig – auch extern. Weiterhin entwickeln wir in Kooperation mit dem Personaldienstleister Vivento neue Beschäftigungsperspektiven für Beamte und Angestellte, beispielsweise in der 2012 gestarteten HR-Initiative „Vermittlung von IT-Potenzial an den öffentlichen Markt“.

ZENTRALISIERUNG VON IT-FUNKTIONEN IN DEUTSCHLAND.

Im Jahr 2012 hat die Deutsche Telekom ihre IT-Abteilungen in Deutschland zusammengeführt. Seit Juli 2012 bündelt sie ihre internen IT-Aktivitäten in einem neuen, in T-Systems integrierten Bereich, dem Geschäftsbereich Telekom IT. Auf diese Weise soll die IT-Organisation im Konzern noch schlagkräftiger gestaltet werden und damit zu deutlichen Wettbewerbsvorteilen führen. Die neue Zielorganisation wird zum 1. April 2013 umgesetzt.

UMBAU OTE-GRUPPE.

Die Transformation der griechischen Landesgesellschaft OTE findet aufgrund der Krise in Griechenland in einem sehr schwierigen ökonomischen und politischen Umfeld statt. Trotz dieses Umstands und trotz der arbeitsrechtlichen und tarifvertraglichen Beschränkungen aus der Zeit, als OTE ein Staatsunternehmen war, sind uns 2012 erneut wichtige Fortschritte gelungen. Durch eine Reihe von Maßnahmen – unter anderem Abbau von Überstunden, Verkürzung der Wochenarbeitszeit mit Gehaltsabsenkung, Training von Mitarbeitern an nicht profitablen Arbeitsplätzen und Transfer in neue Beschäftigung sowie erfolgreicher Abschluss eines sozialverträglichen Personalabbauprogramms – konnten wir die hohen Personalkosten deutlich senken und die Leistung verbessern. Im Zuge dieser Maßnahmen war es sogar möglich, rund 350 Nachwuchskräfte neu einzustellen. Dies ist vor dem Hintergrund des gesamtwirtschaftlichen Umfelds in Griechenland ein deutlicher Erfolg. Im Rahmen unserer One-Company-Strategie setzten wir zudem die Implementierung einer neuen Struktur im Personalwesen mit klarer Trennung zwischen strategischen, beratenden und verwaltenden Funktionen weiter fort.

VIVENTO – DIENSTLEISTER FÜR DEN PERSONALUMBAU DER TELEKOM IN DEUTSCHLAND.

Auftrag von Vivento ist es, für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Telekom neue Beschäftigungsperspektiven innerhalb und außerhalb des Konzerns zu schaffen. Damit leistet Vivento einen maßgeblichen Beitrag zum sozialverträglichen Personalumbau im deutschen Konzern. Vivento hat sich darauf spezialisiert, Beschäftigte zu beraten und zu vermitteln, die aus ihrer aktuellen Tätigkeit heraus eine neue Position außerhalb der Telekom anstreben. Zum Jahresende 2012 waren rund 3 600 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Vivento in externer Beschäftigung, vor allem im öffentlichen Sektor, etwa bei der Bundesagentur für Arbeit. Weitere 3 200 Beschäftigte der Vivento waren innerhalb unseres Konzerns tätig, insbesondere im Bereich Service-Center. Seit der Gründung von Vivento im Jahr 2003 haben sich insgesamt 41 400 Beschäftigte (Stichtag: 31.12.2012) mit der Unterstützung des Personaldienstleisters beruflich verändert.

Vivento kann auf eine Vielzahl aktueller Erfolge verweisen – hier eine Auswahl:

- Der Personaldienstleister verlängerte die Kooperation mit der Bundesagentur für Arbeit und intensivierte die Zusammenarbeit mit Bundes-, Landes- und Kommunalbehörden.
- Vivento baute das Internet-Portal „interamt.de“ weiter aus und verbesserte kontinuierlich das Leistungsportfolio dieser behördenübergreifenden Plattform für Jobangebote im öffentlichen Dienst.
- Vivento verbesserte die Qualität der Beratung und Betreuung für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter systematisch weiter. Maßnahmen dazu waren beispielsweise die entsprechende Qualifizierung der Berater von Vivento und erweiterte Qualifikations- und Weiterbildungsangebote, zum Beispiel „Virtuelle Klassenräume“, Webmodule und Präsenztrainings.
- Vivento intensivierte die Kommunikation mit den Beschäftigten im konzernexternen Einsatz durch ein neu gestaltetes und über das Internet erreichbares Informations- und Service-Portal. Tagesaktuell stehen hier zum Beispiel Informationen rund um den beruflichen Wechsel, zu Perspektiven außerhalb des Konzerns oder zu Entwicklungen im Konzern und auf dem Arbeitsmarkt zur Verfügung.
- Zum möglichen Wechsel von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in eine Beschäftigung außerhalb der Telekom führte Vivento eine Vielzahl von Informations- und Dialogveranstaltungen durch.
- Eine Auszeichnung mit dem Gütesiegel „sehr gut“ als besonders serviceorientierter Personaldienstleister erhielt Vivento durch die renommierte ServiceRating GmbH, den ersten deutschen Anbieter eines ganzheitlichen Ratingverfahrens.

Auch 2013 übernimmt Vivento wichtige Aufgaben für den Personalumbau im Telekom Konzern. Gemäß aktuellen und zukünftigen Anforderungen werden wir das Aufgabenportfolio von Vivento entsprechend ausrichten.

LIEFERANTEN.

Konzernweit engagiert sich die Telekom für eine nachhaltige Lieferkette. In unseren Beziehungen zu Lieferanten in mehr als 50 Ländern der Welt setzen wir dabei sowohl auf die Prinzipien Vertrauen und Dialog als auch auf Kontrolle. Auch im Rahmen von Brancheninitiativen unterstützen wir eine nachhaltige Gestaltung von Lieferketten. Im Berichtszeitraum lag unser Schwerpunkt auf der konzernweiten Harmonisierung der Standardeinkaufsprozesse mit dem Ziel, Transparenz und Effizienz bei der Lieferantenauswahl noch weiter zu steigern. Den Austausch mit unseren Lieferanten führten wir unter anderem auf dem fünften „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ fort.

STRATEGIE ZUR NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF.

Im Rahmen ihrer CR-Strategie arbeitet die Telekom darauf hin, auch im Beschaffungs- und Lieferantenmanagement ihrer Verantwortung umfassend gerecht zu werden. Unsere erfolgreiche Listung in mehreren renommierten Nachhaltigkeitsrankings bestätigt uns in unserem Vorgehen. Diese Position wollen wir zukünftig festigen und weiter ausbauen. Basis hierfür ist die strategische Verankerung des Themas Nachhaltigkeit im Einkauf.

BESCHAFFUNGSVOLUMEN UND BESCHAFFUNGSREGIONEN.

Die Telekom unterhält Lieferantenbeziehungen in mehr als 50 Ländern der Welt. Im Jahr 2012 bezogen wir Waren und Dienstleistungen im Wert von insgesamt rund 355 Millionen Euro aus Schwellen- und Entwicklungsländern – dies entspricht rund 1,6 Prozent unseres Gesamtbeschaffungsvolumens.
Um die Produktionsbedingungen in diesen Ländern nachhaltig zu verbessern, ist die Zusammenarbeit mit den Stakeholdern vor Ort von entscheidender Bedeutung. Gerade in Schwellen- und Entwicklungsländern betrachten wir die sozialen und ökologischen Bedingungen in der Produktion mit einem besonderen Fokus.

Nachhaltigkeit im Einkauf der Deutschen Telekom.
Methoden, Tools und Stakeholder

Tools und Methoden zur Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf

Lieferantenmanagement
- Präqualifikationsfragebogen
- Lieferantenauswahlprozess
- Lieferantenbewertung
- Lieferanten-Workshops

Risikomanagement
- E-TASC
- Social Audits
- Kompetenzaufbau bei Lieferanten
- Eskalationsprozess

Strategie zur Umsetzung der Nachhaltigkeit im Einkauf

Kommunikation & Schulung
- Einkaufsportal
- Online-Trainingstool
- Berichterstattung zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- „Stakeholder Dialog Day"

Vorschriften & Bestimmungen
- Procurement Practices
- Allgemeine Einkaufsbedingungen
- Sozialcharta
- Statement on Extractives

Arbeitsgruppe „Nachhaltiger Einkauf"

Intern: Entwicklung von Standards, KPIs; interne Kommunikation, zentrale Anlaufstelle und erste Eskalationsstufe

Extern: externe Kommunikation, Dialogrunden mit Lieferanten, NGOs, Investoren, Wissenschaft

Stakeholder

Intern: Beschäftigte, Einkäufer, andere Arbeitsgruppen (Climate Change Group, „Nachhaltige Produkte" etc.)

Extern: Lieferanten, nachhaltigkeitsorientierte Anleger

GRUNDLAGEN UND UMSETZUNG UNSERER VERANTWORTUNG IN DER LIEFERKETTE.

Verpflichtende Normenkataloge und Instrumente.
Mit unseren Leitlinien und Selbstverpflichtungen verlangen wir von unseren Lieferanten, soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten. Unser konzernweit gültiger Code of Conduct und unsere darin enthaltene Sozialcharta beziehen unsere Lieferanten ausdrücklich in ihren Geltungsbereich mit ein. Die Sozialcharta umfasst konzernweit gültige Richtlinien für

- Menschenrechte und Arbeitsbedingungen,
- Umweltschutz,
- Chancengleichheit,
- Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie
- das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung.

Um diese Normen zur Anwendung zu bringen, setzen wir verschiedene Instrumente ein: Im Vorfeld einer Geschäftsbeziehung befragen wir potenzielle Lieferanten anhand einer Präqualifikation über das Supplier Management Portal bezüglich ihres CR-Engagements und ihrer Selbstverpflichtungen. Sollten die Rückmeldungen noch nicht unseren Anforderungen entsprechen, erwarten wir im weiteren Verlauf der Geschäftsbeziehung zusätzliche CR-Selbstauskünfte und führen gegebenenfalls im Einverständnis mit unseren Lieferanten Social Audits vor Ort durch. Ist ein Lieferant nicht in der Lage, die gewünschten Informationen offenzulegen, beginnt ein mehrstufiger interner Prozess mit dem Ziel, ihn zur Teilnahme zu befähigen. In vielen Fällen genügen dafür bereits wenige Gespräche. Bei Unstimmigkeiten greifen mehrere Eskalationsstufen, um eine schnelle Lösung gemäß den Nachhaltigkeitsstandards der Deutschen Telekom zu erwirken (Eskalationsprozess). Alle Ergebnisse erfassen wir konzernweit.

Umgang mit Rohstoffen.
Auch durch unser 2005 veröffentlichtes „Coltan Statement“ beziehungsweise durch unser 2009 verabschiedetes „Statement on Extractives “ wollen wir sicherstellen, dass sowohl unsere direkten Lieferanten als auch deren Sublieferanten die mit dem Abbau von Rohstoffen verbundenen sozialen und gesellschaftlichen Risiken minimieren. Von unseren Zulieferern erwarten wir ein klares Bekenntnis zum Deutsche Telekom „Statement on Extractives “. In der Kooperation mit den Programmen Global e-Sustainability Initiative und Electronic Industry Citizenship Coalition haben wir daran mitgewirkt, das Conflict-Free Smelter Program weiterzuentwickeln. Es soll Unternehmen in die Lage versetzen, Rohstoffe konfliktfrei zu beschaffen. Darüber hinaus arbeiten wir im Rahmen des Conflict-Free Smelter Program an branchenweiten Lösungen zur konfliktfreien Beschaffung von Rohstoffen.

Organisatorische Verankerung.
Für die Entwicklung von Konzepten und Methoden zur Implementierung von Nachhaltigkeit im Einkauf ist seit 2010 die Abteilung Corporate Procurement Strategy verantwortlich. Bei der Umsetzung steht ihr und dem konzernweiten Einkauf weiterhin die Sustainable Procurement Working Group zur Seite. In diesem internationalen Gremium arbeiten Experten aus dem CR-Bereich mit Vertretern aus den wesentlichen Einkaufsbereichen zusammen. In der Konzernrichtlinie „Global Procurement Policy“ sind unsere Nachhaltigkeitsprinzipien verankert, entsprechende Vorgaben für unsere Einkäufer in Deutschland sind in den dazugehörigen „Procurement Practices“ abgebildet.

STRATEGIE ZUR UMSETZUNG VON NACHHALTIGKEIT IM EINKAUF.

Im Berichtszeitraum hat die Telekom ein Konzept zur Lieferantenauswahl erarbeitet, mit dem sie Nachhaltigkeitskriterien zu einem festgelegten Anteil in der Lieferantenauswahl verankern möchte. Neben Preis-, Qualitäts- und anderen Merkmalen sollen Nachhaltigkeitskriterien mit einem Anteil von 10 Prozent in die Einkaufsentscheidung eingehen. Im Jahr 2012 hat T-Mobile Netherlands das neue Auswahlkonzept in einem Pilotprojekt erprobt; Anfang 2013 wurden die Ergebnisse ausgewertet. Künftig soll das Konzept in der Sustainable Procurement Strategy verankert und konzernweit in die Einkaufsprozesse integriert werden. Gleichzeitig arbeiten wir an der Integration produkt- und warengruppenspezifischer Nachhaltigkeitskriterien in die Einkaufsprozesse.

CR KPI NACHHALTIGER EINKAUF ERWEITERT.

Ein wichtiges Element unseres Lieferantenmanagements ist das elektronische Brancheninformationssystem Electronics-Tool for Accountable Supply Chains E-TASC. Die damit erfassten Lieferantendaten nutzen wir auch zur Ermittlung des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“, der Kennzahl für nachhaltige Beschaffung. Dieser misst den Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferanten, bei denen innerhalb der Unternehmensgruppe eine oder mehrere Konzerngesellschaften auf die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards überprüft wurden. Seit 2012 beziehen wir bei der Ermittlung des CR KPI zusätzlich Lieferantendaten aus dem Supplier Management Portal ein. Dabei fokussieren wir uns vor allem auf Lieferanten mit strategischer Relevanz sowie erhöhtem CR-Risiko.

2012 konnten wir eine signifikante Erhöhung des auf Nachhaltigkeitskriterien überprüften Einkaufsvolumens um 16 Prozentpunkte auf insgesamt 54 Prozent erzielen. Die Steigerung ist einerseits darauf zurückzuführen, dass zusätzliche Lieferantendaten in die Berechnung des CR KPI einfließen. Auch weitere im Jahr 2012 eingeführte Maßnahmen tragen zu diesem Ergebnis bei. So wurde beispielsweise die Anzahl der Lieferanten erweitert, bei denen wir eine Präqualifizierung voraussetzen: Diese ist nun für alle Lieferanten obligatorisch, bei denen wir ein Auftragsvolumen von über 100 000 Euro erwarten.

Darüber hinaus entwickelten wir eine Matrix, die Zulieferer nach bestimmten risikorelevanten Kriterien wie beispielsweise Beschaffungsvolumen, Land, Warengruppe und strategischer Bedeutung für die Telekom kategorisiert. Die Matrix hilft uns, potenzielle Lieferanten für Audits oder eine Selbstauskunft zu identifizieren. Die Telekom strebt an, dass bis 2015 alle strategischen Lieferanten und solche mit hohem CR-Risiko eine Selbstauskunft über E-TASC abgegeben haben müssen.

CODE OF CONDUCT FÜR LIEFERANTEN BEI BUYIN VERANKERT.

Im Jahr 2011 haben die Partner Deutsche Telekom und France Télécom-Orange ihre Beschaffungsaktivitäten in den Bereichen Endgeräte und Mobilfunknetze sowie in großen Teilen der Bereiche Festnetz-Ausrüstung und Service-Plattformen im Joint Venture Buyln zusammengeführt. Im Berichtszeitraum wurden wichtige Grundlagen geschaffen, um die Nachhaltigkeitsstandards der beiden Muttergesellschaften auch hier zu etablieren.

In Abstimmung mit France Télécom-Orange und Buyln veröffentlichten wir im Berichtsjahr den Buyln Code of Conduct für Lieferanten. Er deckt wesentliche Themen wie Ethik und Antikorruption, das Verbot von Kinder- und Zwangsarbeit sowie das Recht auf Vereinigungsfreiheit ab und ist für alle Lieferanten der Einkaufsgemeinschaft obligatorisch. Zudem erwartet Buyln von ihren Lieferanten, dass sie ihre jeweiligen Zulieferer auf die Einhaltung der darin enthaltenen Grundsätze verpflichten. Bei Verstößen behält sich Buyln das Recht vor, Verbesserungsmaßnahmen zu verlangen und für den Fall der Nicht-Umsetzung das Recht auf eine Beendigung des Vertragsverhältnisses. Außerdem hat Buyln im Berichtszeitraum ein Online-Whistleblower-System für die anonyme Meldung von Missständen und Verstößen gegen Prinzipien des Code of Conduct eingerichtet.

Code of Conduct intern und extern bekannt gemacht.
Über Schulungen und interne Kommunikation informiert Buyln ihre Mitarbeiter über die Inhalte des Code of Conduct für Lieferanten. Im Oktober 2012 stellte sie beispielsweise ein Online-Training zur Verfügung, das bis Ende 2012 bereits von mehr als 80 der insgesamt 240 Mitarbeiter absolviert wurde.

Anfang 2013 erhielten alle Buyln-Lieferanten den Code of Conduct – zusammen mit einem Fragebogen zur Selbstauskunft. Dieser soll es Buyln ermöglichen, die Einhaltung der im Code of Conduct verankerten Anforderungen sowie die allgemeine Nachhaltigkeitsleistung der Lieferanten einzuschätzen.

Strukturen zur kontinuierlichen CR-Integration geschaffen.
Um die Einkaufsprozesse von Buyln kontinuierlich nach den Nachhaltigkeitsstrategien der Deutschen Telekom und der France Télécom-Orange auszurichten, wurden 2012 zwei Gremien geschaffen. Der Lenkungsausschuss (CR Steering Board) trifft sich halbjährlich und definiert die strategischen Schwerpunkte und Nachhaltigkeitsziele. Die operative Umsetzung der Vorgaben liegt beim Arbeitsausschuss (CR Operations Committee), der mindestens alle zwei Monate zusammenkommt. Beide Gremien bestehen aus Mitarbeitern der Deutschen Telekom, der France Télécom-Orange und von Buyln.

Außerdem definierte Buyln im Berichtszeitraum spezifische CR-Klauseln, die künftig in alle Lieferantenverträge integriert werden sollen, und führte dazu erste Pilotausschreibungen durch. Die Klauseln enthalten nachhaltigkeitsrelevante Anforderungen wie beispielsweise externe Prüfungen der Nachhaltigkeitsleistung oder Selbstauskünfte zur Energieeffizienz bestimmter Produkte.

Prinzipien für eine nachhaltige Lieferkette.
Mit der Schaffung des CR Steering Board und des CR Operations Committee verfügt Buyln über geeignete Strukturen, um künftig sicherzustellen, dass Lieferanten regionale Vorschriften sowie Umwelt- und Sozialstandards der Deutschen Telekom und der France Télécom-Orange einhalten. Dazu gehören insbesondere

- die Verpflichtung auf den Code of Conduct bereits bei Ausschreibungen,
- die Präqualifikation neuer Lieferanten,
- die regelmäßige Information bestehender Lieferanten über die Anforderungen des Code of Conduct sowie
- Social Audits im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC).

Buyln will ihre Lieferkette außerdem in enger Kooperation mit strategischen Lieferanten nachhaltiger gestalten. Ein spezifischer Key Performance Indikator (KPI) zur Nachhaltigkeitsleistung und CR-Maßnahmenpläne sollen Grundlage regelmäßiger Überprüfungen werden.

ENGAGEMENT IM DEUTSCHEN GLOBAL COMPACT NETZWERK.

Im Januar 2013 hat die Deutsche Telekom das “Organisational Capacity Assessment Instrument“ (OCAI) des Deutschen Global Compact Netzwerks durchgeführt. Das Tool unterstützt Unternehmen dabei, die eigenen Kapazitäten im Bereich Menschenrechte zu beurteilen und ihre diesbezüglichen Managementfähigkeiten zu erhöhen. Es umfasst 22 Fragen, die sich auf die Integration der Achtung der Menschenrechte und andere Unterthemen beziehen, und mündet in einer sechsstufigen Bewertungsskala von „inaktiv“ bis „Menschenrechts-Förderer“. Die Auswertung ergab, dass wir die dritte Stufe des effizienten Managements

von Menschenrechten in fast allen Fragen bereits erreicht haben. Zum Teil weisen unsere Antworten auch auf die nächste Stufe, das „proaktive Experimentieren“ hin, die den Anspruch einer führenden Rolle beim Thema Menschenrechte verdeutlicht.

Auf Basis der Ergebnisse wollen wir in Zukunft insbesondere in den Bereichen Schulungsmaßnahmen und Beschwerdemechanismus für Menschenrechtsverletzungen Verbesserungen erzielen. Darüber hinaus wird die Deutsche Telekom ein so genanntes Human Rights Impact Assessment durchführen und daraus entsprechende Maßnahmen ableiten. Dieses spezifische Assessment dient dazu, Menschenrechtsrisiken innerhalb des Konzerns zu identifizieren, und orientiert sich an den Empfehlungen der „Guiding Principles on Business and Human Rights“ der Vereinten Nationen. Der Implementierungsprozess wird sich mindestens über das gesamte Jahr 2013 erstrecken, anschließend erfolgt eine jährliche Überprüfung im Sinne einer kontinuierlichen Verbesserung.

2012 beteiligten wir uns darüber hinaus an zwei Workshops der Lerngruppe „Wirtschaft und Menschenrechte“ des Deutschen Global Compact Netzwerks. Dabei stand die Frage, wie man die Einhaltung der Menschenrechte im Bergbau und in der Metallindustrie sichern kann, im Vordergrund.

OTE UND COSMOTE FÜHREN CODE OF CONDUCT UND LIEFERANTENRICHTLINIE EIN.

OTE hat Anfang 2013 einen konzernweiten Code of Conduct für Lieferanten eingeführt, der Arbeitnehmer-, Arbeitsschutz- sowie Umwelt- und Ethikfragen regelt. Außerdem enthält die Lieferantenrichtlinie von OTE und Cosmote ein Lieferantenbewertungssystem, das auch CR-Kriterien berücksichtigt.

LIEFERANTENAUSWAHL.

Bereits bei der Auswahl ihrer Lieferanten schafft die Telekom die Basis für eine nachhaltige Wertschöpfungskette: Lieferanten und Zulieferer, die an einer Geschäftsbeziehung mit der Telekom interessiert sind, müssen sich zuvor einer Eignungsprüfung, der sogenannten Präqualifikation, unterziehen. Im Rahmen einer softwaregestützten Abfrage in unserem Lieferantenportal werden auch Informationen über Compliance und die Beachtung von Nachhaltigkeitskriterien gesammelt und im weiteren Auswahlverfahren berücksichtigt.

Höhere Anforderungen an ausgewählte Lieferantengruppen.
Unsere strategischen Lieferanten und Lieferanten aus risikobehafteten Branchen müssen nicht nur die Präqualifikation erfolgreich durchlaufen. Sie werden auch dazu aufgefordert, zusätzliche Informationen zum Thema Nachhaltigkeit über das Electronics-Tool for Accountable Supply Chains (E-TASC) bereitzustellen. Strategische Lieferanten sind Lieferanten, die aufgrund des Umfangs der Lieferbeziehungen, ihrer Marktstellung oder ihres Innovationspotenzials eine wichtige Bedeutung für den Einkauf der Telekom haben. Die Telekom strebt an, dass bis 2015 alle strategischen Lieferanten und solche mit hohem CR-Risiko eine Selbstauskunft über E-TASC abgegeben haben müssen.

WEITERENTWICKLUNG DES LIEFERANTENPORTALS.

Im Berichtszeitraum hat die Telekom ihr 2011 eingeführtes Lieferantenportal weiterentwickelt. Unternehmen, die sich als Lieferanten für die Telekom qualifizieren wollen, müssen nun zunächst 16 nachhaltigkeitsrelevante Fragen zu Themen wie Menschenrechte, Korruption sowie Maßnahmen im Bereich Umwelt-, Arbeits- und Gesundheitsschutz beantworten. Anhand der Antworten erstellt die Telekom ein sogenanntes Lieferantenscoring, mit dem sich die Nachhaltigkeitsleistung der Lieferanten auf einen Blick bewerten lässt. Außerdem wurde die Selbstauskunft um weitere Funktionen erweitert, sodass erstmals auch Bestandslieferanten eingebunden werden können. Der gesamte Präqualifikationsprozess läuft seit April 2012 elektronisch ab.

Mit der Einführung einer elektronischen Lieferantenakte, die alle relevanten Informationen zu jedem Lieferanten dokumentiert, plant die Telekom 2013, eine neue Möglichkeit zum transparenten Dokumentenaustausch und -management anzubieten.

NEUES ONLINE-TRAININGSTOOL FÜR EINKÄUFER.

Aufgrund von Veränderungen in der Einkaufsorganisation hat sich die für 2012 geplante Einführung des überarbeiteten Online-Trainingstools für Einkäufer verschoben. Die Einführung findet nun im Jahr 2013 statt. Das Tool, das wir zusammen mit der Humboldt-Universität Berlin entwickelt und überarbeitet haben, beinhaltet grundlegende Informationen zur Nachhaltigkeitsstrategie der Telekom sowie Prinzipien des nachhaltigen Einkaufs und gibt konkrete Hinweise zur Umsetzung.

LIEFERANTENMANAGEMENT.

Einen wesentlichen Bestandteil des Lieferantenmanagements der Telekom stellen Prozesse und Instrumente zur Bewertung der Lieferanten dar. Diese dienen unter anderem der Identifizierung von ökonomischen Verbesserungspotenzialen sowie der Steuerung von Fortschritten im sozialen und ökologischen Bereich. Gleichzeitig ermöglichen sie der Telekom, mögliche Risiken in der Lieferkette frühzeitig zu erkennen und darauf zu reagieren.

In der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten setzen wir auch im Bereich Nachhaltigkeit auf Dialog. Für die Telekom ist es wichtig, herauszufinden, ob ihre Geschäftspartner neue Wege des nachhaltigen Wirtschaftens unterstützen. Nur wenn wir dies wissen, können wir die Lieferkette wirkungsvoll verbessern. Neben den Lieferanten als wichtigste externe Stakeholder des Einkaufs sind auch unsere Kooperationspartner – Institutionen und NGOs – wichtige Unterstützer bei einer nachhaltigen Gestaltung der Lieferkette. Auch in Brancheninitiativen wie der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) oder der Joint Audit Cooperation (JAC) setzen wir uns für eine Verbesserung der ethischen, sozialen und ökologischen Standards ein.

INFORMATIONSSYSTEM E-TASC WEITERENTWICKELT.

E-TASC – Electronics-Tool for Accountable Supply Chains – ist ein branchenweit genutztes Online-Informationssystem zur Quantifizierung der nachhaltigkeitsbezogenen Risiken von Lieferanten. Als Mitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) hat die Telekom dieses System federführend mitentwickelt und engagiert sich auch bei der Weiterentwicklung. Zukünftig möchte die GeSI Einkäufern und Lieferanten weitere nützliche Funktionen zur Verfügung stellen und strebt dafür einen stärker modularen Aufbau des Systems an. Geplant sind beispielsweise ein Audittool, das Informationen über sämtliche Auditaktivitäten liefert, ein Auskunftssystem zu Konfliktrohstoffen sowie ein CO_2-Managementsystem zur Abfrage von Scope-3-Emissionen . Auch das Themengebiet Korruptionsbekämpfung soll ausgeweitet und der Fragebogen vereinfacht sowie umgestellt werden, um eine branchenübergreifende Anwendung zu ermöglichen. Ende 2012 startete die GeSI eine vorbereitende Marktuntersuchung, um auf dieser Basis Entscheidungen über die künftige Ansiedlung und Ausgestaltung der neuen E-TASC-Plattform zu treffen.

LIEFERANTEN-WORKSHOPS FÜR EINE NACHHALTIGERE LIEFERKETTE.

Als Teil der Klimaschutzstrategie der Telekom erproben wir derzeit Berechnungsverfahren für Scope-3-Emissionen , also indirekte CO_2-Emissionen aus der Produktion unserer Lieferanten sowie der Nutzungsphase durch den Endverbraucher. Im Jahr 2012 veranstalteten wir dazu zwei Workshops mit Top-Lieferanten, dem chinesischen Zulieferer Huawei und dem US-amerikanischen Telekommunikationsunternehmen Cisco. Wir informierten sie über die Relevanz des Themas für die Telekom und tauschten uns über gegenseitige Erwartungen aus. Ziel der langfristigen Kooperationen ist unter anderem die Abfrage von Informationen über CO_2-Emissionen aus der Produktion dieser Lieferanten, denn auch diese werden unseren Scope-3-Emissionen anteilig zugeschlagen. Die Ergebnisse der Workshops wollen wir als Basis für weitere Maßnahmen in der Wertschöpfungskette nutzen. Auch mit anderen Lieferanten wie Sony Ericsson stehen wir in Verhandlungen, um unsere Scope-3-Emissionen dauerhaft zu senken.

ENTWICKLUNGSPROGRAMM FÜR AUSGEWÄHLTE LIEFERANTEN VORBEREITET.

Im Rahmen von Lieferantenworkshops und internationalen Initiativen engagiert sich die Telekom seit mehreren Jahren für eine nachhaltige Wertschöpfungskette in der ICT-Branche. 2012 haben wir ein Programm vorbereitet, mit dem wir unsere Lieferanten künftig noch stärker bei der Implementierung von sozial und ökologisch verträglichen sowie wirtschaftlich effizienten Geschäftspraktiken unterstützen wollen. Es deckt die wesentlichen Risiken wie Arbeitszeiten, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit, Löhne sowie Arbeits- und Lebensbedingungen der Beschäftigten ab.

Für 2013 planen wir die Pilotierung des Programms mit ausgewählten Lieferanten und den Schwerpunktthemen Arbeitszeiten, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit sowie kooperatives Management. Das beinhaltet unter anderem die Implementierung von Bildungsprogrammen sowie von verschiedenen Kommunikationskanälen für Arbeitnehmer, um ihnen eine aktive Teilhabe an Entscheidungsprozessen zu ermöglichen. Das Programm soll neben der Reduzierung von potenziellen Risiken insbesondere zur Stärkung von langfristigen Kooperationen mit Lieferanten beitragen und uns helfen, Erkenntnisse über die jeweiligen lokal und kulturell geprägten Bedürfnisse zu gewinnen.

„SUSTAINABLE PROCUREMENT STAKEHOLDER DIALOG DAY".

Am 8. November 2012 fand der mittlerweile fünfte „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day" in der Konzernzentrale der Deutschen Telekom in Bonn statt. Insgesamt 75 Teilnehmer – darunter Mitarbeiter aus verschiedenen Bereichen der Telekom, ausgewählte Lieferanten und Vertreter von NGOs sowie aus Politik und Wissenschaft – nahmen an der Dialogveranstaltung teil. Im Mittelpunkt stand die Frage, auf welche Weise eine nachhaltig orientierte Beschaffungspraxis bei der Telekom vorangetrieben werden kann. Auf drei Workshops wurden ICT-spezifische Chancen und Risiken diskutiert sowie die Frage, wie Nachhaltigkeit als Wirtschaftstreiber wirken und CR in den Einkaufsprozessen verankert werden kann. Die äußerst positiven Rückmeldungen der Teilnehmer bestärkten die Telekom in ihrem Anliegen, ihre führende Position im Bereich CR auszubauen und Nachhaltigkeitskriterien konse-

quent in die Beschaffung zu integrieren. Gleichzeitig verbesserte der Dialog das Verständnis der Lieferanten für die nachhaltige Beschaffungsstrategie der Telekom und die damit verbundenen Herausforderungen.

COSMOTE ROMANIA BEWERTET 102 LIEFERANTEN.

2012 bewertete Cosmote Romania die Zusammenarbeit mit 102 Lieferanten im Jahr 2011. Im Rahmen des Bewertungsprozesses erhalten Lieferanten einen detaillierten Fragebogen mit spezifischen Fragen zu den Themen Corporate Responsibility und Menschenrechte. Der ausgefüllte Fragebogen wird dann zusammen mit einer Erklärung zurückgesandt, mit der sich der Lieferant zur Einhaltung des Code of Conduct für Lieferanten von Cosmote Romania verpflichtet.

DELFIN-PREIS 2012 FÜR NACHHALTIGE ENTWICKLUNG.

Nachhaltigkeit und das Bemühen, wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Interessen miteinander in Einklang zu bringen, sind für Magyar Telekom Teil ihrer langfristigen strategischen Grundsätze, die unternehmensweit in allen Bereichen verankert wurden. Magyar Telekom will damit auch ihren Lieferanten durch das eigene nachhaltige Handeln als Vorbild dienen. Vor diesem Hintergrund führte das Unternehmen 2008 den DELFIN-Preis ein, um den Gedanken der nachhaltigen Entwicklung zu fördern und entsprechende Fortschritte zu würdigen. DELFIN ist ein Akronym und steht im Ungarischen für „Auszeichnung für eine engagierte, nachhaltige und innovative Generation“. Preisträger sollen sich in einer der folgenden vier Kategorien durch außergewöhnliche Leistungen auszeichnen: Förderung von Chancengleichheit und Kampf gegen Diskriminierung im Unternehmen und in der Gesellschaft; nachhaltige Innovationen; Sensibilisierung für das Thema Nachhaltigkeit; Investitionen und Entwicklung beim Klimaschutz. Im Jahr 2012 ging der Nachhaltigkeitspreis an Ericsson Hungary Communication Systems für sein Projekt EARTH, in dem untersucht wird, wie sich der Energieverbrauch von drahtlosen Übertragungsnetzen senken und deren Energieeffizienz verbessern lässt.

MAKEDONSKI TELEKOM: LIEFERANTENMANAGEMENTSYSTEM BERÜCKSICHTIGT NACHHALTIGKEIT DER ZULIEFERER.

Im Berichtszeitraum startete der Bereich Einkauf von Makedonski Telekom ein Lieferantenmanagementprojekt, das die Beziehungen zwischen dem Unternehmen und seinen Lieferanten durch regelmäßigere und optimierte Kommunikation verbessern soll. Im Rahmen des Projekts sollen die Lieferanten unternehmensweit unter Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bewertet werden. Außerdem werden dabei finanzielle, technische, wirtschaftliche und verwaltungstechnische Kriterien berücksichtigt.

SOCIAL AUDITS.

Im Jahr 2012 führten wir unsere Auditaktivitäten mit geänderter Zielsetzung fort. Statt auf eine möglichst hohe Anzahl an Auditierungen legten wir unseren Fokus stärker auf die intensive Überprüfung strategisch wichtiger und anderer risikobehafteter Lieferantengruppen und Länder. Um international die Umsetzung von CR auf den unterschiedlichen Ebenen der ICT-Lieferkette voranzutreiben, kooperieren wir in der von uns mitbegründeten Joint Audit Cooperation (JAC) mit anderen Telekommunikationsbetreibern.

Unser gutes Lieferantenmanagement wurde uns auch in diesem Jahr bestätigt. So erhielten wir erneut eine sehr gute Platzierung im renommierten Nachhaltigkeitsrating der Sustainable Asset Management (SAM) Group, wo wir mit 83 von 100 möglichen Punkten unsere führende Position im Bereich „Supply Chain Management“ behaupten konnten und „Best in Class“ wurden. Der Rückgang von 94 (Vorjahr) auf 83 Punkte erklärt sich aus dem überarbeiteten Bewertungssystem des SAM-Rankings – die Werte sind nicht direkt miteinander vergleichbar.

AUSWEITUNG DER JAC-KOOPERATION VERGRÖSSERT ZERTIFIZIERTEN LIEFERANTENPOOL.

Durch die Ausweitung der 2010 von der Deutschen Telekom, France Télécom-Orange und Telecom Italia gegründeten Joint Audit Cooperation (JAC) auf mittlerweile neun Mitglieder konnte auch die Zahl der von JAC auditierten Lieferanten von 30 auf 63 Lieferanten ausgeweitet werden. 2012 wurden insgesamt 26 Lieferanten und Sublieferanten der Telekom im Rahmen dieser Kooperation überprüft. Darüber hinaus hat die Telekom weitere sieben eigene Audits durch interne Experten und externe Auditoren durchgeführt. Der Schwerpunkt unserer Auditaktivitäten liegt auf Asien, daneben haben wir auch Zulieferer aus anderen risikobehafteten Regionen im Blick, beispielsweise in Lateinamerika und Osteuropa.

FOKUS AUF RISIKOLIEFERANTEN.

Entgegen unserer ursprünglichen Zielsetzung, von Anfang 2010 bis Ende 2012 insgesamt 200 Social Audits durchzuführen, beschränkten wir uns in diesem Zeitraum auf 86 Audits bei strategisch wichtigen und anderen risikobehafteten Lieferantengruppen. Diese wurden von der Telekom oder der Joint Audit Cooperation vorgenommen. Durch die neue Fokussierung auf Risikolieferanten konnten wir den Anteil des auf Nachhaltigkeitskriterien geprüften Einkaufsvolumens im Jahr 2012 signifikant erhöhen. Künftig wollen wir auf Basis des neuen Vorgehens mindestens 30 Audits pro Jahr realisieren.

Ergänzend zu den Social Audits führte unser China Office in Shenzhen im Berichtszeitraum erneut sogenannte Supplier Performance Visits bei Zulieferern durch. Seit 2012 werden bei diesen Besuchen verschiedene Unternehmensbereiche mithilfe einer Checkliste systematisch analysiert und dabei insbesondere Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt. Kritische Aspekte meldet das China Office umgehend an die Telekom, der betreffende Lieferant wird dadurch zu einem potenziellen Kandidaten für ein Social Audit . Im Jahr 2012 fanden neun Supplier Performance Visits bei direkten und indirekten Lieferanten statt. Zukünftig wollen wir die Supplier Performance Visits intensivieren und zum festen Bestandteil des Auditierungsprozesses für Zulieferer im Bereich Netzinfrastruktur machen.

AKTIVITÄTEN IM RAHMEN DER AUDITKOOPERATION JAC.

Die Deutsche Telekom ist Gründungsmitglied der Joint Audit Cooperation (JAC) der Telekommunikationsunternehmen. Im Jahr 2012 verabschiedete die JAC ihre Leitsätze zu Vision, Governance und Strategie. In diesem Rahmen verfolgt sie das Ziel, treibende Kraft für Nachhaltigkeit in der ICT-Lieferkette zu werden und sicherzustellen, dass international anerkannte Sozial- und Umweltstandards in der gesamten Lieferkette eingehalten werden. Strategisch verständigte sich die JAC darauf, sich gleichermaßen für die Prüfung von Lieferanten und die Erarbeitung adäquater Korrektur- und Verbesserungsmaßnahmen einzusetzen. Außerdem fördert sie die Kooperation zwischen Lieferanten und will verstärkt mit Nichtregierungsorganisationen kooperieren.

Schwerpunkt der Aktivitäten im Jahr 2012 war die effektive Ausgestaltung der Auditierungsprozesse. Neben der Weiterentwicklung der JAC-Überprüfungsparameter zu Themen wie Konfliktmineralien oder Bestechung und Korruption und einer entsprechenden Anpassung des Fragenkatalogs wurde eine Lieferantendatenbank zur übersichtlichen Darstellung der Auditergebnisse und Korrekturmaßnahmen entwickelt. Aus dieser lassen sich auch Entwicklungspotenziale und künftige Auditschwerpunkte für einzelne Lieferanten ableiten.

Verabschiedung der JAC Guidelines und Definition von KPI.

Im Berichtszeitraum erweiterte sich das Kooperationsnetzwerk auf derzeit insgesamt neun Telekommunikationsbetreiber: Belgacom, Deutsche Telekom, France Télécom-Orange, KPN, Swisscom, Telecom Italia, Telenor, TeliaSonera und Vodafone. Alle Mitglieder waren aufgerufen, die JAC Guidelines bis Ende März 2013 einstimmig zu verabschieden. In einem nächsten Schritt werden zusammen mit Lieferanten und Nichtregierungsorganisationen Key Performance Indikatoren (KPI) für die am stärksten risikobehafteten Themen wie Arbeitszeiten oder Kinderarbeit definiert. Dies soll im Sommer 2013 abgeschlossen sein.

REAKTION AUF VERSTÖSSE GEGEN ARBEITNEHMERRECHTE.
Werden der Telekom Verstöße gegen Arbeitnehmerrechte bei ihren Lieferanten bekannt, setzt sie sich dafür ein, diese zu beheben und die Arbeitsbedingungen dauerhaft zu verbessern. Sollte es nicht möglich sein, die Verstöße umgehend zu beheben, agiert sie im Rahmen eines definierten Eskalationsprozesses, wie beispielsweise im Fall eines Zulieferers aus China im Jahr 2012.

Seitens einer internationalen Nichtregierungsorganisation (NGO) wurden gegenüber diesem Zulieferer schwere Anschuldigungen erhoben. So seien die Arbeitszeiten überhöht gewesen und 16- bis 18-Jährige in Nachtschichten eingesetzt worden. Es sei zu unangemessenen Disziplinarmaßnahmen gekommen und die Zahlung der Sozialversicherungsbeiträge verzögert beziehungsweise unterlassen worden. Die Telekom selbst hatte dem Zulieferer bereits im Oktober 2011 im Rahmen eines Audits strenge Auflagen gemacht, die bei einem Folgeaudit im Juli 2012 jedoch noch nicht umgesetzt waren. Daraufhin stellte die Telekom dem Lieferanten im August einen intern und mit BuyIn abgestimmten Korrektur- und Maßnahmenplan zu und verifizierte Ende August vor Ort den Stand der Umsetzung. Dabei wurden bereits erste positive Entwicklungen festgestellt. Bezüglich der nach wie vor erhöhten Arbeitszeiten kam es zu einem Krisengespräch zwischen Vertretern der Telekom und dem Management des Zulieferers. Zusätzlich besuchte eine hochrangige Delegation der Deutschen Telekom das Unternehmen im September, woraufhin das Unternehmen im November 2012 dem von der Telekom vorgelegten Korrektur- und Maßnahmenplan formal zustimmte und sich im Zuge dessen das Ziel setzte, zu einem Modellbetrieb in der Region und innerhalb der Branche zu werden.

Die parallel bereits im August 2012 gestartete Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen wie Lohnerhöhung, schrittweise Reduktion der wöchentlichen Arbeitszeit auf gesetzlich vorgeschriebene 49 Wochenstunden, Bau von Sammel- und Einzelduschen und Umsetzung eines neuen Kantinenkonzepts wird von der Telekom monatlich überwacht.

AUDITERGEBNISSE 2012.

Im Jahr 2012 wurden über das auf Konzernebene aufgesetzte und gesteuerte Auditierungsprogramm insgesamt 33 Social Audits bei direkten und indirekten Zulieferern der Deutschen Telekom durchgeführt. Wie in den Vorjahren konzentrierten sich dabei unsere Auditaktivitäten insbesondere auf Lieferanten in Asien. Aber auch in Lateinamerika und Osteuropa fanden Social Audits statt.

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

ERGEBNISSE UND VERBESSERUNGEN.

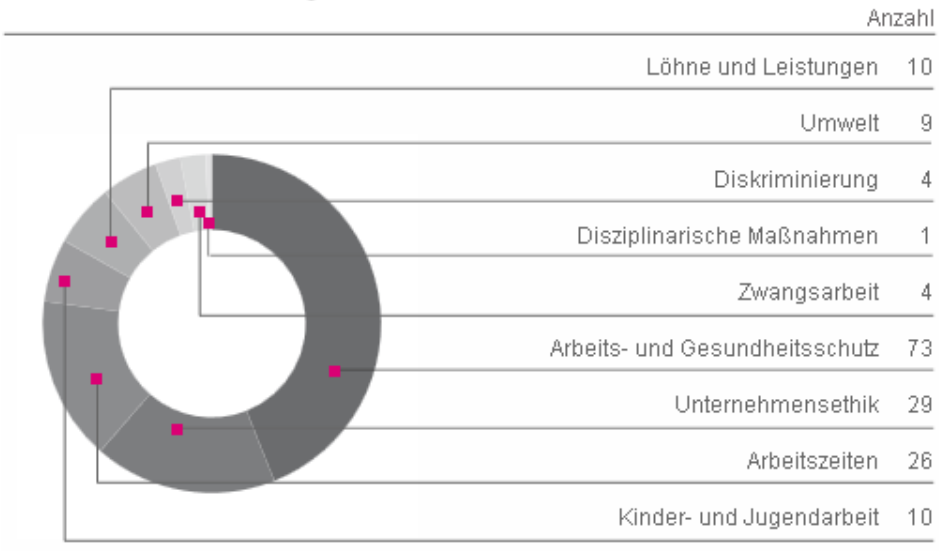
2012 wurden insgesamt 33 Audits von externen Auditoren und internen Auditoren durchgeführt. 26 dieser Audits fanden im Rahmen der Joint Audit Cooperation (JAC) statt. Dabei konnten wir keine Korruptionsvorfälle entdecken.

Wesentliche Schwachstellen und erhebliche Verbesserungspotenziale weisen hingegen vor allem folgende Bereiche auf:

- Arbeits- und Gesundheitsschutz
- Unternehmensethik
- Arbeitszeiten

Insgesamt wurden in 166 Fällen Verstöße gegen Lieferantenanforderungen der Telekom aufgedeckt, von denen 42 als kritisch einzustufen sind. Auf Basis der Feststellungen wurden unmittelbar Maßnahmen eingeführt, um die Bedingungen vor Ort zu verbessern.

Auf einen Blick: Auditergebnisse 2012.



Arbeit und Ethik.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Arbeitszeiten	▪ Systematische Überschreitung der gesetzlich erlaubten Regelarbeitszeit (einschließlich Überstundenregelungen) ▪ Nicht akzeptable Anzahl an Überstunden, in Einzelfällen mehr als 80 im Monat ▪ Einsatz an 20 aufeinanderfolgenden Tagen ohne arbeitsfreien Tag	▪ Einführung eines Monitoringsystems zur automatischen Arbeitszeiterfassung und zur adäquaten Information der Geschäftsleitung ▪ Vereinbarung über eine schrittweise Heranführung an nationale Arbeitszeitgesetze, soweit diese die ILO-Richtlinie übertreffen ▪ Einführung eines arbeitsfreien Tages nach sieben aufeinanderfolgenden Arbeitstagen ▪ Zertifizierung nach SA8000
Diskriminierung	▪ Durchführen von Schwangerschaftstests vor der Einstellung ▪ Auswahl der Belegschaft nach ethnischer Herkunft sowie Religion und sexuellen Neigungen	▪ Abschaffung der Schwangerschaftstests ▪ Einführung einer Policy für die Durchführung von Auswahlgesprächen: Ethnische Herkunft und Religion sind als Auswahlkriterien nicht mehr zulässig, Fragen zu sexuellen Neigungen untersagt.
Disziplinar-maßnahmen	▪ Lohnabzüge im Fall von Arbeitsfehlern	▪ Einführung einer Policy zur Regelung von Disziplinarmaßnahmen. Lohnabzüge als Folge von Arbeitsfehlern sind darin strengstens untersagt. Einführung regelmäßiger Informations- und Schulungsmaßnahmen für die Produktionsmanager.
Jugendarbeit	▪ Nachtschichteinsatz für 16- bis 18-jährige Jugendliche	▪ Einführung einer Policy zur Regelung des Arbeitseinsatzes von Jugendlichen. Einsatz nur in Positionen mit geringer Auslastung erlaubt, Nachtschichten und Überstunden sind ausgeschlossen.

Umwelt, Gesundheit und Sicherheit.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Umwelt	▪ Fehlendes Umweltmanagementsystem im Produktionsbetrieb	▪ Zertifizierung nach ISO 14001
Arbeits- und Gesundheitsschutz	▪ Fehlende bzw. mangelhafte Schutzbekleidung für gefährliche Arbeitsplätze ▪ Fehlende Überprüfung von Risiken am Arbeitsplatz, die zu Unfällen, Verletzungen oder Berufskrankheiten führen können ▪ Fehlende Sicherheitsdatenblätter für Chemikalien ▪ Keine regelmäßigen Informations- bzw. Schulungsmaßnahmen zum Arbeits- und Gesundheitsschutz	▪ Kostenlose Bereitstellung adäquater Schutzbekleidung für gefährliche Arbeitsplätze ▪ Regelmäßiges Überprüfen der Risikofaktoren von Arbeitsprozessen und -plätzen ▪ Ersatz der fehlenden Sicherheitsdatenblätter für Chemikalien und Gefahrengüter ▪ Regelmäßige Unterweisung von Arbeitnehmern im Arbeits- und Gesundheitsschutz

Unternehmensethik.

Thema	Wesentliche Feststellungen	Maßnahmen und erzielte Verbesserungen
Unternehmensethik	▪ Fehlende Anforderungen an Sublieferanten zur Einhaltung ökologischer, sozialer und ethischer Standards	▪ Einführung verbindlicher Umwelt- und Sozialstandards für Zulieferer einschließlich einer regelmäßigen Überprüfung

INTERNATIONALE ZUSAMMENARBEIT.

Die Innovationszyklen in der Mobilfunk-Technik werden immer kürzer. Um neue Produkte herzustellen, braucht es mehr und zum Teil sehr seltene Rohstoffe, die stellenweise unter kritischen Bedingungen in Entwicklungs- und Schwellenländern gefördert und verarbeitet werden. Zugleich werden alte Geräte immer schneller ausgemustert und oft ohne Rücksicht auf die darin enthaltenen Werte entsorgt. Die Lieferanten und Vorlieferanten am Anfang der komplexen Wertschöpfungskette für ICT-Produkte können wir nur indirekt beeinflussen, beispielsweise indem wir Produkte aus bestimmten Quellen nicht abnehmen. Wir sind uns unserer Verantwortung bewusst – gleichzeitig sind wir überzeugt, vor allem durch übergreifende Lösungsansätze viel bewegen zu können. Daher beteiligen wir uns an industrieweiten Kooperationen wie der Global e-Sustainability Initiative (GeSI).

PROJEKT „SWITCH ASIA“ ABGESCHLOSSEN.

Im Februar 2013 endete das EU-Förderprojekt „Switch Asia“ zur Verbesserung der Nachhaltigkeitsleistung von kleinen und mittelständischen Unternehmen (KMU) der ICT-Branche in China. Hintergrund ist, dass in Asien gerade KMU für Luft- und Wasserverschmutzung in großem Maße verantwortlich sind und von europäischen Unternehmen bei der Entwicklung von umweltschonenden Prozessen unterstützt werden können. Die Deutsche Telekom förderte das Projekt als strategischer Partner. Von 2009 bis 2013 wurden im Rahmen von „Switch Asia“ unter anderem 23 Workshops für KMUs sowie Entwicklungsprogramme für zwölf Pilotunternehmen und zwei Netzwerkveranstaltungen organisiert. Mehr als 1 600 Unternehmen nahmen an einer oder mehreren der Veranstaltungen teil.

Bei der Abschlussveranstaltung von „Switch Asia“ im Januar 2013 präsentierte die Telekom ihre Nachhaltigkeitsstrategie und ihren Beitrag zu dem Projekt. Dazu gehörten insbesondere die Vorbereitung und Durchführung von Workshops, der Empfang einer hochrangigen chinesischen Delegation in Deutschland und die Bereitstellung von Know-how hinsichtlich ökologischer Produkteigenschaften und möglicher Nachhaltigkeitsstandards.

CONFLICT FREE SMELTER PROGRAMM VERBESSERT SICHERHEIT DER ROHSTOFF-LIEFERKETTE.

In der Kooperation mit der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) und der Electronic Industry Citizenship Coalition haben wir im Jahr 2012 daran mitgewirkt, das Conflict-Free Smelter Program weiterzuentwickeln. Es soll Unternehmen in die Lage versetzen, Rohstoffe konfliktfrei zu beschaffen. Darüber hinaus verfolgt es das Ziel, einheitliche Industriestandards für die Rohstoffgewinnung und -verarbeitung zu schaffen, die auf die Wahrung des Friedens und der Menschenrechte zielen.

Das Programm setzt bei einer Kontrolle der Metallverarbeitungs- und Verhüttungsbetriebe an, die ein „Nadelöhr“ in der gesamten Lieferkette mineralischer Rohstoffe (von der Mine bis zum Endprodukt) darstellen. Hier kontrollieren unabhängige Prüfer, ob alle bezogenen Rohstoffe konfliktfrei beschafft wurden.

Im Berichtszeitraum erzielten wir folgende Fortschritte:

- Einführung einer unabhängigen Prüfung des Conflict-Free Smelter Program,
- Definition neuer Prüfindikatoren,
- Erstellung öffentlich einsehbarer Auditprotokolle für jedes in den Verhüttungsbetrieben verarbeitete Metall,
- Installation eines Whistleblower-Prozesses, über den Missstände in Verhüttungsbetrieben anonym gemeldet werden können,
- Ausweitung des Programms auf die Automobilindustrie durch den Beitritt der US-amerikanischen Automotive Industry Action Group sowie
- Einbeziehung von Schmuckherstellern.

Um den Einfluss der Initiative zu erhöhen, soll sie perspektivisch auf weitere Stakeholder ausgedehnt und die Kooperation wie beispielsweise mit Initiativen für nachhaltige Forstwirtschaft beziehungsweise Diamantenbeschaffung und fairen Handel geprüft werden.

KLIMA & UMWELT.

Die ICT-Branche spielt eine Schlüsselrolle bei der Eindämmung des Klimawandels. Wissenschaftlich belegt wurde dies unter anderem durch die am 3. Dezember 2012 erschienene SMARTer-2020-Studie, an deren Erstellung die Telekom vor allem für den Schwerpunkt Deutschland maßgeblich mitgewirkt hat. Präsentiert wurde die Studie von Luis Neves, Vorsitzender der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) sowie Konzernbeauftragter für Klimaschutz und Nachhaltigkeit bei der Deutschen Telekom, und Christiana Figueres, UN-Generalsekretärin für Klimaschutz, auf der 18. UN-Klimakonferenz in Katar.

Demnach können insgesamt 16,5 Prozent der für das Jahr 2020 prognostizierten jährlichen globalen Emissionen durch intelligente ICT-Technologien vermieden werden. Das sind weltweit 9,1 Milliarden Tonnen CO_2, was etwa dem Zehnfachen der gesamten Treibhausgasemissionen in Deutschland und dem Siebenfachen der weltweit durch ICT verursachten Emissionen entspricht. Mit dem Thema „Smart Agriculture“ wurde ein wichtiger neuer Einsparhebel durch ICT identifiziert.

Deutschland – und damit auch die Telekom – sollte bei der Eindämmung des Klimawandels durch ICT unserer Ansicht nach eine Vorreiterrolle übernehmen. Unter dieser Maßgabe entwickeln wir unsere Produkte und Dienste im Rahmen unseres CR-Handlungsfelds „Klimafreundliche Gesellschaft“ weiter: Mit innovativen ICT-Diensten und -Lösungen ermöglichen wir unseren Kunden umweltfreundlichen Konsum. Zudem treiben wir mit hohen Investitionen den Ausbau einer umwelt- und klimaverträglichen Netzinfrastruktur voran.

Darüber hinaus sorgen wir mit vielfältigen Maßnahmen dafür, die Umwelt- und Klimaauswirkungen unserer eigenen Geschäftstätigkeit kontinuierlich zu verringern. Unsere Klimaschutzstrategie zielt auf eine deutliche Reduktion der CO_2-Emissionen des Konzerns. Im Berichtszeitraum lag unser Fokus auf der europaweiten Implementierung der Klimaschutzstrategie.

KLIMASCHUTZ.

Der SMARTer-2020-Studie zufolge können durch Informations- und Kommunikationstechnologien etwa 16,5 Prozent aller CO_2-Emissionen weltweit vermieden werden – siebenmal mehr, als von der ICT-Branche selbst verursacht werden.

Darum unterstützen wir unsere Privat- und Geschäftskunden dabei, ihren Energieverbrauch beziehungsweise ihr Energiemanagement zu optimieren. Einige Beispiele dafür, wie sich der CO_2-Fußabdruck von Unternehmen und Verbrauchern durch ICT verkleinern lässt, sind Cloud-Dienste, Smart Clients, Videokonferenzen und intelligente Energieversorgungsnetze (Smart Grids). Zugleich reduzieren wir konsequent unsere eigenen CO_2-Emissionen. Dafür stellen wir unsere Netztechnik vom klassischen Telefonnetz auf das Internet-Protokoll um, ersetzen Mobilfunk-Technik der zweiten Generation durch neue Technologien und erhöhen die Auslastung sowie die Energieeffizienz unserer Rechenzentren.

ZIEL IN DEUTSCHLAND BIS 2020: 40 PROZENT WENIGER CO_2 ALS 1995.

Mit einem ambitionierten Klimaschutzziel will die Telekom in Deutschland ihren Beitrag zu einer klimafreundlichen Gesellschaft leisten: Wir streben bis 2020 eine Reduktion der CO_2-Emissionen um bis zu 30 Prozent gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 an. Dies entspricht einer Reduktion von insgesamt über 40 Prozent gegenüber dem Ausstoß im Jahr 1995. Dieses Ziel ist angesichts der Rahmenbedingungen in Deutschland realistisch. Anders als in den globalen Wachstumsregionen sind die CO_2-Emissionen hier in den letzten zwei Jahrzehnten gesunken: Nach Erhebungen der Klimarahmenkonvention (United Nations Framework Convention on Climate Change, UNFCCC) reduzierte sich die Menge der CO_2-Emissionen in Deutschland, gemessen in CO_2-Äquivalenten, von 1 246 Millionen Tonnen im Jahr 1990 auf 937 Millionen Tonnen im Jahr 2010. Die Deutsche Telekom trägt mit effizienzsteigernder ICT-Technologie dazu bei, dass dieser Trend sich fortsetzen kann. Auch der damit verbundene Zuwachs an Übertragungskapazität und Telekommunikationsdienstleistungen führt dank moderner Technik nicht automatisch zu steigenden Emissionen.

Eine Verringerung des CO_2-Ausstoßes der Telekom in Deutschland in den nächsten Jahren wird vor allem aus der Umstellung des Netzes auf das energieeffizientere Internet-Protokoll (All-IP) resultieren. Auch durch die Umsetzung der 2010 eingeführten Green Car Policy, durch Einsparungen im Bereich Gebäudemanagement sowie durch bedarfsgerechte Steuerung von Netzkomponenten (Lastadaptivität) können wir einen Beitrag leisten. Die Messung der gesamten Emissionsentwicklung erfolgt über den CR Key Performance Indikator (KPI) „CO_2-Emissionen“. 2012 emittierte die Telekom konzernweit insgesamt 3 647 359 Tonnen CO_2. Berücksichtigt man die über RECS (Renewable Energie Certificates System) und andere Zertifikate eingesparten Emissionen, ergeben sich nur 2 235 388 Tonnen CO_2. Ende 2012 hat die International Energie Agency (IEA) ihre veröffentlichten Emissionsfaktoren für Emissionen aus Stromverbrauch grundlegend überarbeitet. Dies wurde für die Emissionen 2012 berücksichtigt und trug zu einer Erhöhung der Emissionen bei.

INTERNATIONALISIERUNG DER KLIMASCHUTZSTRATEGIE.

Das 2011 formulierte Zwischenziel, die Klimaschutzstrategie bis Mai 2012 auf 13 europäische Landesgesellschaften der Telekom sowie elf europäische Niederlassungen von T-Systems auszuweiten, wurde bisher nicht erreicht. Grund dafür sind unsichere Prognosedaten zu den emissionsrelevanten Segmenten Festnetz, Mobilfunknetz, Rechenzentren, IT, Fahrzeugflotte, Gebäudemanagement und Reisetätigkeit. Auch die Verabschiedung eigener Klimaschutzziele für die europäischen Landesgesellschaften hängt zum Teil von diesen Daten ab.

Unabhängig von der noch ausstehenden Festlegung von Klimaschutzzielen in den europäischen Einheiten hat die Telekom diesen Prozess auch bei den außereuropäischen Landesgesellschaften initiiert. Wie in den europäischen Landesgesellschaften wurden auch hier für alle Bereiche die Bezugswerte aus dem Jahr 2008 ermittelt. Anschließend sollen konkrete Maßnahmen identifiziert und eine Prognose bis zum Jahr 2020 erstellt werden. Die außereuropäische Ausweitung der Klimaschutzstrategie umfasst derzeit acht Niederlassungen von T-Systems in Brasilien, Malaysia, Singapur, Russland, Nordamerika, Mexiko, Südafrika und China. T-Systems Japan und T-Mobile USA wurden vorerst nicht einbezogen.

Mit der Festlegung eigener Klimaschutzziele und entsprechender Maßnahmen bis 2020 schaffen die Landesgesellschaften außerhalb von Deutschland die Voraussetzung, die Klimaschutzstrategie umzusetzen. Danach sollen ein regelmäßiges Monitoring der CO_2-Emissionen und die Umsetzung der Maßnahmen sicherstellen, dass die Ziele eingehalten werden. Darüber hinaus wird beispielsweise im CR-Manager-Netzwerk ein stärkerer Austausch zwischen den Landesgesellschaften angestrebt, um Erfahrungen im Klimaschutz zu teilen. So soll beispielsweise die interne Kommunikation von Best Practices weiter intensiviert werden.

KLIMASCHONENDE NETZINFRASTRUKTURLÖSUNGEN.

Als Teil der Climate Change Group (CCG) entwickelt und initiiert die Expertengruppe CCG@TDG aus dem Bereich der DT Technik zusammen mit Power and Air Solutions konkrete Maßnahmen, um unseren CO_2-Ausstoß der Netzinfrastruktur in Deutschland im Zeitraum 2008 bis

2020 zu reduzieren. Die Gruppe trifft sich in regelmäßigen Abständen, analysiert die aktuellen CO_2-Werte und setzt bei Bedarf zusätzliche Maßnahmen auf, um das CO_2-Konzernziel 2020 zu erreichen.

Beispielhafte Projekte im Bereich klimaschonender Netzinfrastrukturlösungen, mit denen sich die Expertengruppe im Jahr 2012 befasste, waren:

- lastadaptive Steuerung
- Analyse von Smart-Grid-Potenzialen und Durchführung erster Pilotprojekte
- hocheffiziente Netzgeräte
- Steigerung des Power-Usage-Effectiveness(PUE)-Werts der Betriebsstellen
- Abbau von Alttechnik

Im Hinblick auf die klimaschonende Gestaltung unserer Netzinfrastruktur stellt das Thema der lastadaptiven Steuerung der ICT-Technik ein Forschungsfeld zur Reduktion von CO_2-Emission dar. Herkömmliche ICT-Technik verbraucht unabhängig davon, wie viele Daten in ihr übertragen und verarbeitet werden, stets dieselbe Menge an Strom. Mithilfe einer lastadaptiven Steuerung kann der Stromverbrauch zu einem gewissen Teil an die benötigte Netzleistung angepasst werden.

Daneben wurden in der Entwicklung von intelligenten Energieversorgungssystemen, sogenannten Smart Grids (Projekt DESI), mögliche Energieeinsparpotenziale analysiert und realisiert. Im Smart Grid steuern Netzbetreiber die Produktion und Last von Strom so, dass Angebot und Nachfrage besser aufeinander abgestimmt sind und die Spannung im Netz stabil bleibt. Dies führt dazu, dass künftig Netze und Kraftwerke effizienter und klimafreundlicher miteinander arbeiten können (Smart Grids & Smart Metering).

Außerdem wurde der PUE-Wert in circa 8 000 Betriebsstellen von 2005 bis 2012 von ursprünglich circa 1,8 auf 1,48 weiter optimiert. Der PUE-Wert setzt die insgesamt im Rechenzentrum verbrauchte Energie ins Verhältnis mit der Energieaufnahme der Rechner („Total Facility Power/ ICT Power“) und zeigt auf, wie effektiv die Betriebsstellen in Bezug auf die Verfügbarkeitssicherung (Cooling and Powering) arbeiten. Je stärker sich der Wert 1 nähert, desto größer ist die Energieeffizienz. 2012 wurde hierzu eine Vielzahl von Maßnahmen, wie beispielsweise die verstärkte Nutzung direkter Außenluftkühlung, Abwärmerückgewinnung aus zentralen Kälte- und Kompaktanlagen und die Effizienzsteigerung der Gleichrichteranlagen, durchgeführt. Dies hat zu einer weiteren Absenkung des Stromverbrauchs in der Netzinfrastruktur beigetragen.

Zudem wurde 2012 auch der Abbau der Alttechnik weiter fortgeführt. Nachdem 2011 circa 16 000 Tonnen CO_2 durch Abschaltung stromintensiver Netztechnik eingespart wurden, konnte die Telekom 2012 weitere 16 900 Tonnen CO_2 einsparen. Die Alttechnik wird anschließend recycelt, um die darin enthaltenen wertvollen Rohstoffe wie beispielsweise Kupfer wiederverwenden zu können.

12 139 TONNEN CO_2 DURCH KLIMASCHUTZPROJEKTE KOMPENSIERT.

Im Berichtszeitraum hat die Telekom durch die Klimaneutralstellung von Veranstaltungen, Produkten und Dienstleistungen Treibhausgasemissionen in Höhe von 12 139 Tonnen CO_2 kompensiert. Im Rahmen der Event Policy wurde festgelegt, dass für alle Veranstaltungen, durch die mehr als zehn Tonnen CO_2 verursacht werden, ein CO_2-Ausgleich über den Erwerb von Klimazertifikaten durchgeführt werden soll. Unterhalb dieses Werts kann eine Kompensation freiwillig erfolgen. Projektleiter, die Veranstaltungen ausrichten, müssen bereits in der Planungsphase Klimaschutzaspekte berücksichtigen. Ihnen steht ein Emissionsrechner zur Verfügung, mit dem beispielsweise Emissionen, die durch die An- und Abreise der Teilnehmer entstehen, ermittelt werden.

Auch für verschiedene Produkte und Dienstleistungen, wie beispielsweise Technologien für Telefon- und Webkonferenzen oder Software zum Download von Videos und Musik, führen wir einen CO_2-Ausgleich durch (Klimaneutralstellung von Download-Portalen).

Priorität hat für uns die Vermeidung und Reduktion von Treibhausgasen. Nicht vermeidbare CO_2-Emissionen kompensieren wir zunehmend über Investitionen in zertifizierte Klimaschutzprojekte – wie beispielsweise ein Biogasprojekt in Indien. Die Klimazertifikate erfüllen zu 30 Prozent den Gold Standard mit den weltweit strengsten Anforderungen für Emissionsminderungsprojekte und zu 70 Prozent den ebenfalls international anerkannten Voluntary Carbon Standard.

Für das Jahr 2013 ist geplant, das Volumen hochwertiger Klimakompensationen zu erhöhen und durch zusätzliche Projekte zu erweitern.

MESSUNG VON EMISSIONEN ENTLANG DER WERTSCHÖPFUNGSKETTE.

In den letzten Jahren hat die Telekom die Messung der Scope-1- und Scope-2-Emissionen in ihren internationalen Einheiten etabliert. Dafür nutzen wir deren Angaben im konzernweiten CR-Datenerfassungssystem, in dem jede Gesellschaft die gefahrenen Kilometer, den Verbrauch fossiler Brennstoffe sowie den Stromverbrauch dokumentiert. Mithilfe von Emissionskoeffizienten der International Energie Agency (IEA) werden aus diesen Angaben die CO_2-Emissionen für Scope 1 und 2 errechnet.

Wir sind uns aber bewusst, dass wir damit nur einen Teil unserer Klimawirkungen abbilden. Insbesondere bei der Herstellung und dem Transport von Waren, die wir von unseren Lieferanten beziehen, sowie bei der Nutzung unserer Dienstleistungen durch unsere Kunden fallen weitere wesentliche Emissionsmengen an. Diese sogenannten Scope-3-Emissionen erfassen wir bisher nur teilweise für die Telekom in Deutschland, darunter zum Beispiel jene Emissionen, die durch unsere Geschäftsreisen per Mietwagen, Bahn oder Flugzeug entstehen.

2012 entwickelten wir ein Konzept, um unsere indirekten Emissionen nach Greenhouse Gas (GHG) Scope 3 zu erfassen. Am Ende des Berichtszeitraums legten wir unseren Entwurf einer international anerkannten Verifizierungsgesellschaft zur Begutachtung vor. Deren Ergebnisse erwarten wir bis Mitte 2013. Weiterhin beteiligten wir uns an branchenweiten Initiativen, um die Vergleichbarkeit der Daten sicherzustellen.

Besonders schwierig bei der Erfassung der Scope-3-Emissionen ist es, die Emissionen der Vorlieferkette zu bewerten. Um die nötigen Informationen zu erheben, sprechen wir intensiv mit unseren Lieferanten. 2012 führten wir hierzu auch zwei Lieferantenworkshops durch.

Mit Unterstützung des Öko-Instituts e.V. haben wir außerdem eine Richtlinie für die Erstellung eines CO_2-Fußabdrucks für Produkte (Product Carbon Footprint , PCF) erarbeitet. Um Transparenz über die kundenseitigen Treibhausgasemissionen zu schaffen, haben wir einen ersten Entwurf der Richtlinie am Beispiel unseres Produkts Entertain in der Praxis erprobt. Dabei konnten wir hohe Verbrauchswerte bei der Standby-Funktion des Receivers ermitteln. Deshalb wollen wir das Produkt optimieren und mittelfristig ins Netz verlagern. Der größte Einzelposten des CO_2-Fußabdrucks steht mit einem Anteil von etwa 35 Prozent allerdings im Zusammenhang mit dem Fernseher selbst, auf den wir keinen unmittelbaren Einfluss haben.

Basis der Berechnungen von Scope-3-Emissionen ist der international anerkannte Standard Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Die Deutsche Telekom beteiligt sich an dessen Weiterentwicklung speziell für Unternehmen der ICT-Branche. Ein entsprechender Branchenzusatz (Sector Supplement) soll im Jahr 2013 verabschiedet und publiziert werden.

KLIMASCHUTZINITIATIVEN.

Die Bekämpfung der globalen Erwärmung ist eine der zentralen Fragen für die Zukunft. Um tragfähige Lösungsansätze für den Klimaschutz zu entwickeln, ist eine enge Zusammenarbeit von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft von entscheidender Bedeutung. Die Telekom engagiert sich deshalb im Rahmen ihres CR-Handlungsfeldes „Klimafreundliche Gesellschaft“ in zahlreichen Initiativen für den Schutz des Klimas und der Umwelt.

Auch im Rahmen unserer Teilnahme an der Klimaschutzkonferenz COP 18 der Vereinten Nationen im Dezember 2012 in Doha, Katar, haben wir das Thema zusammen mit der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) vorangetrieben. Dabei haben wir die zentrale Rolle der ICT-Branche als strategischer Partner bei der Umsetzung von CO_2-Reduktionszielen hervorgehoben und die Notwendigkeit konkreter und verbindlicher Zielsetzungen betont.

2° – DEUTSCHE UNTERNEHMER FÜR KLIMASCHUTZ.

Im Rahmen der Stiftung „2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz“ unterstützt die Deutsche Telekom die Bundesregierung auf nationaler und internationaler Ebene bei einer erfolgreichen Politik zum Schutz des Weltklimas. Anlässlich der Klimakonferenz COP 18 der Vereinten Nationen im Dezember 2012 in Doha, Katar, richteten die Vorstandsvorsitzenden der die Stiftung tragenden Unternehmen einen Appell an die Bundesregierung: Darin forderten sie diese auf, eine gemeinsame Position der EU-Staaten zu erarbeiten und sich dafür einzusetzen, dass die EU ihr CO_2-Reduktionsziel für 2020 von 20 Prozent auf 30 Prozent erhöht. Gleichzeitig mit dem Beginn der Klimakonferenz am 26. November 2012 besuchten die Vorstandsvorsitzenden Bundesumweltminister Altmaier. Dabei sprachen sie unter anderem über den Beitrag der Energiewende und der energetischen Gebäudesanierung zum Klimaschutz.

ENGAGEMENT IN DER GLOBAL E-SUSTAINABILITY INITIATIVE.

Die Telekom ist Gründungsmitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI), seit 2006 hat unser Konzernbeauftragter für Klimaschutz und Nachhaltigkeit den Vorsitz inne. Im Berichtszeitraum waren Unternehmensvertreter der Telekom in allen fünf bestehenden Arbeitsgruppen aktiv. Hier eine Kurzübersicht zu deren Tätigkeiten:

- **Climate Change:** Im Mittelpunkt der Arbeitsgruppentätigkeit stand 2012 die Erstellung der SMARTer-2020-Studie. Ursprünglich war für 2012 geplant, Potenziale zur Verminderung des Wasserverbrauchs in den Herstellungsprozessen für Netzinfrastruktur und Telekommunikationsendgeräte zu ermitteln. Aufgrund der Erstellung der SMARTer-2020-Studie konnte dieses Projekt jedoch nicht realisiert werden. Wann dies geschehen soll, war am Ende des Berichtszeitraums noch offen.

- **Supply Chain:** Im Berichtszeitraum wurden die Standards für eine transparente Rohstofflieferkette – beispielsweise im Rahmen des „Conflict-Free Smelter Program“ der EICC (Electronic Industry Citizenship Coalition) – GeSI Extractives Working Group – weiterentwickelt.

- **Energie Efficiency:** 2011 beteiligten wir uns an einer Vergleichsstudie zur Energieeffizienz von Festnetz-Betreibern, deren Ergebnisse 2012 vorlagen. Außer uns nahmen British Telecom, KPN, Telecom Italia und Telefonica daran teil. Es zeigte sich, dass zwischen den Netzbetreibern zahlreiche Unterschiede bestehen. Sehr verschieden sind unter anderem die durchschnittlichen Temperaturwerte der Außenluft an deren Technikstandorten. Entsprechend stark variiert der Energiebedarf für die Kühlung von Netzknoten . Auch die Siedlungsdichte der Bevölkerung sowie die Netzanschlusstechnik führen zu stark voneinander abweichenden Energieverbrauchswerten. Wesentlich für die Verbesserung der Energieeffizienz ist der Umstieg von der alten, digitalen Telekommunikationstechnik auf die moderne, IP-basierte Technologie. Alle untersuchten Parameter zeigen für den Zeitraum von 2008 bis 2010 steigende Effizienzwerte. Die Werte der Deutschen Telekom lagen über dem Durchschnitt. Allerdings ist ein Vergleich der Daten aufgrund der unterschiedlichen Rahmenbedingungen nur begrenzt möglich. Auch bei der Übertragung von erfolgreichen Maßnahmenprogrammen sind die unterschiedlichen Rahmenbedingungen zu beachten.

- **E-Waste:** Um in Entwicklungsländern Kapazitäten für ein internationales Management von Elektronikschrott aufzubauen, initiierte die Arbeitsgruppe 2012 zusammen mit Solving the E-waste Problem (StEP) und dem United Nations Environment Programme (UNEP) die E-Waste Academy. Im Mittelpunkt des Treffens standen der Erfahrungsaustausch und die Untersuchung wirksamer Abfallmanagement- und Regulierungssysteme für Elektronikschrott. Die erste Tagung der E-Waste Academy fand in der Zeit vom 25. bis 29. Juni 2012 in Accra, Ghana, statt. Mitfinanziert wurde sie durch GeSI, die Netherlands Association for the Disposal of Metal and Electrotechnical Products (NVMP Association) und die United Nations Industrial Development Organization (UNIDO). Im Rahmen der Tagung wurde ein interaktiver Online-Baukasten für das E-Waste Management entwickelt. Er steht allen Interessengruppen im Bereich E-Waste zur Verfügung und dient dazu, Richtlinien und Geschäftsmodelle zu erstellen sowie Systemlösungen zu gestalten. Die finale Version des Baukastens wird voraussichtlich 2013 fertiggestellt. Die Veranstaltung wurde von den Teilnehmern als sehr positiv bewertet und fand ein umfangreiches Medienecho. Weitere Informationen über die E-Waste Academy sind verfügbar auf YouTube, Facebook und Twitter.

- **Public Policy:** Die Klimakonferenz COP 18 der Vereinten Nationen in Doha, Katar, nutzte die GeSI für vielfältige Aktivitäten, an denen sich auch die Telekom im Rahmen ihres Engagements in der GeSI beteiligte: Höhepunkt war die Vorstellung der von uns im Rahmen der GeSI mitentwickelten SMARTer2020-Studie zum Potenzial von ICT bei der Reduktion von Treibhausgasemissionen auf einer Pressekonferenz. Ein Video zu der Veranstaltung ist auf YouTube erhältlich.

Auf der neunten Generalversammlung der GeSI im Oktober 2012 in Shenzhen (China) wurde eine neue Organisationsstruktur beschlossen. Diese sieht projektbasierte Kooperation anstatt der bisherigen festen Arbeitsgruppen vor. Künftig wird der Verband auf die drei Schwerpunkte Klimaschutz, Menschrechte und Lieferkette fokussieren. Im Rahmen dieser übergeordneten Themen werden spezifische Inhalte wie beispielsweise Energieeffizienz (Klimaschutz) oder Konfliktrohstoffe (Lieferkette) bearbeitet. Die Deutsche Telekom beteiligt sich an allen neu gegründeten Projektgruppen.

ICT als Motor der Lösung.
Die SMARTer2020-Studie ist ein Update der 2008 erschienenen SMART-2020-Studie. Das darin aufgewiesene Potenzial einer Einsparung von 16,5 Prozent der weltweiten CO_2-Emissionen im Jahr 2020 geht noch einmal weit über die Ergebnisse der Vorgängerstudie hinaus. Die Deutsche Telekom hat sich maßgeblich an der Erstellung der Studie beteiligt. In Deutschland, einem der Länderschwerpunkte der Untersuchung, wurden insbesondere die möglichen Treibhausgasreduzierungen in den Sektoren Energieerzeugung und industrielle Produktion beleuchtet.

Potenzial von Breitband für CO_2-Minderung in den USA und Europa.
2012 beauftragte GeSI die Yankee Group mit einer Studie zum aktuellen Energieeinsparpotenzial durch internetbasierte Aktivitäten. Untersucht wurden dazu die acht Bereiche Telearbeit, Internet als primäre Nachrichtenquelle, Online-Banking, E-Commerce, Mediendownloads und -Streaming, E-Learning , Digitalfotografie und E-Mail. Hierbei zeigte sich sowohl für die USA als auch für die EU-Länder Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Italien und Spanien, dass die Nutzung dieser Anwendungen dazu beitragen kann, den gesamten Energieverbrauch der untersuchten Länder jeweils um rund 2 Prozent zu senken. Zusammengefasst ergibt das jährliche Energieeinsparpotenzial in den fünf EU-Ländern einen Brennwert von 123 Millionen Barrel Mineralöl, in den USA sogar von 205 Millionen Barrel (1 Barrel = 158,9873 Liter). Dies entspricht CO_2-Emissionen im Umfang von etwa 39 beziehungsweise 79 Millionen Tonnen. Als besonders wirksam erwiesen sich Lösungen im Bereich der Telearbeit. Die Telekom beteiligte sich finanziell an der Studie und stellte Informationen bereit.

ENERGIEMANAGEMENT.

Um unser ambitioniertes Klimaschutzziel zu erreichen, arbeiten wir darauf hin, den Stromverbrauch unserer Geschäftstätigkeit schrittweise zu senken. Hierzu optimieren wir unter anderem mithilfe ressourcenschonender Informations- und Telekommunikationstechnik kontinuierlich unsere betrieblichen Prozesse und unsere Netzinfrastruktur. Fortschritte in diesem Bereich ermitteln wir seit 2010 mit dem CR Key Performance Indikator (CR KPI) „Energieverbrauch", der die von uns verbrauchte Energie im Verhältnis zur Höhe des Umsatzes darstellt. Zusätzlich ermitteln wir den CO_2-Fußabdruck unserer Geschäftstätigkeit mit dem CR KPI „CO_2-Emissionen". Aufgrund des Preisverfalls für ICT-Dienstleistungen und dadurch bedingte Umsatzeinbußen sind die Werte für den CR KPI „Energieverbrauch" trotz deutlicher Effizienzsteigerungen bei der Energienutzung 2012 weiter gestiegen. Wir prüfen deshalb, ob wir künftig einen KPI definieren können, der unsere Leistungen im Bereich Energieeffizienz besser widerspiegelt. Eine detaillierte Beschreibung der CR KPI findet sich im Kapitel Strategie & Management.

ENERGIEKONZEPT 2020 STELLT VERBRAUCHSREDUKTION IN DEN FOKUS.

2011 untersuchten Experten der Power and Air Solutions (PASM) den Energieeinsatz und die Energiebeschaffung bei der Telekom auf ihre Wirtschaftlichkeit, Umweltfreundlichkeit und Versorgungssicherheit. Daran anknüpfend wurde 2012 das „Energiekonzept 2020" der Telekom intern diskutiert.

Der Ankauf von RECS(Renewable-Energie-Certificates-System)-Zertifikaten für aus dem deutschen Netz bezogenen Strom, der 2012 noch ein Volumen von rund 2 965 GWh abdeckte, wurde daraufhin 2013 eingestellt. Es ist aus unserer Sicht im Rahmen der CR-Strategie der Telekom ökologisch und ökonomisch sinnvoller, stattdessen in die Reduktion unseres Energieverbrauchs zu investieren und die Energieeffizienz zu erhöhen.

Ein wichtiges Ziel ist dabei die Verbrauchsoptimierung („Demand Site Optimization") zum Beispiel durch Eigenerzeugung von Strom in Spitzenlastzeiten. Hierzu errichten wir weitere hocheffiziente Blockheizkraftwerke (BHKW). Außerdem nutzen wir die Abwärme unserer ICT-Anlagen zur Gebäudebeheizung und reduzieren den Energieverbrauch beispielsweise über freie Kühlung mit Frischluft.

2012 errichteten wir sechs BHKW mit einer elektrischen Nennleistung von 50 bis 250 kW, weitere 15 sollen 2013 folgen. Weiterhin wurden im Jahr 2012 mehr als 100 raumlufttechnische Anlagen optimiert. Für weitere 150 werden 2013 entsprechende Aufträge vergeben. Anfang 2013 wurden außerdem drei Pilotprojekte zur Abwärmerückgewinnung durchgeführt.

40 Prozent mehr Energieeffizienz für Kältezentrale am Münchner Netzknoten .

Im Zuge der Erneuerung der Kältezentrale im überregionalen Netzknoten am Münchner Marsplatz haben wir im Rahmen eines integralen Planungsprozesses ein innovatives Energiekonzept erstellt und zur Realisierung beauftragt.

Die Kältezentrale dient künftig nicht nur der Kühlung des Netzknotens im Hochsommer, sondern wird auch zur Rückgewinnung der ICT-Abwärme zur Gebäudebeheizung im Winter eingesetzt. Die eingesetzte Energie wird hierbei zweifach genutzt: Sie dient in einem ersten Schritt dem Betrieb unserer Netzinfrastruktur und steht anschließend als Abwärme zur Gebäudeheizung bereit.

Das zur Energieversorgung genutzte BHKW mit einer installierten elektrischen Leistung von 250 kW dient jedoch nicht nur der dezentralen Strom- und Wärmeerzeugung. Über ein eigens hierfür entwickeltes Spitzenlastmanagement ermöglicht es zugleich eine Glättung von Stromspitzen im Stromnetz. Zur Optimierung der Raumlufttechnik wurden 15 große Lüftungsgeräte mit hocheffizienten neuen Radialventilatoren ausgestattet und über eine selbstoptimierende Regelung zur freien Kühlung des Netzknotens eingesetzt. Durch diese Maßnahme konnte PASM die Energieeffizienz der Kühlung und Energieversorgung des Netzknotens deutlich verbessern. Der Wirkungsgrad stieg um mehr als 40 Prozent.

PASM NACH ISO 50001 ZERTIFIZIERT.

Im Jahr 2012 wurde die Konzerngesellschaft Power and Air Condition Solution Management GmbH (PASM) nach dem neuen ISO-50001-Standard für Energiemanagementsysteme zertifiziert. Neben einem umfassenden Energiedatenmanagement und technischen Maßnahmen fordert die seit April 2012 in Deutschland gültige ISO 50001 strategische und organisatorische Innovationen. Um diese Anforderungen zu erfüllen, hat die PASM ein systematisches Innovationsmanagement eingerichtet. Laufend werden Verbesserungsvorschläge und neue Ideen aus dem Konzern sowie von externer Seite gesammelt und analysiert. Im Falle einer positiven Bewertung werden diese im Energiemanagement der PASM integriert. 2012 richtete die PASM aufgrund der Vorschläge Anlagen zur Frischluftkühlung in Rechenzentren und Netzknoten ein. Zur Gebäudeheizung wurden Anlagen zur Nutzung der Abwärme aus den Datenprozessen verwendet. Außerdem integrierte die PASM vorhandene Energiespeicher als wesentlichen Bestandteil in intelligent gesteuerte Energieversorgungsnetze (Smart Energies).

Für 2013 ist ein Überwachungsaudit geplant. In Vorbereitung darauf hat die PASM unter anderem die Energiepolitik überarbeitet und operative Prozesse verändert, um Energieeffizienz stärker in der täglichen Arbeit

der Planer und Service-Techniker zu verankern. Im Rahmen des Energieprogramms 2012/2013 sollen weitere Blockheizkraftwerke (BHKW) zur gekoppelten Erzeugung von Strom und Wärme mit Wirkungsgraden eingesetzter Primärenergie von bis zu 90 Prozent realisiert werden. Das Programm sieht außerdem weitere Pilotprojekte zur Wärmerückgewinnung, ein Programm zur Beseitigung von Schwachstellen in den Netzknoten sowie die energetische Sanierung von circa 150 Klimaanlagen durch effiziente Ventilatoren vor

VERSTÄRKTE NUTZUNG ERNEUERBARER ENERGIEN.

Konzernweit sind Bemühungen im Gange, den Anteil der erneuerbaren Energien am Gesamtenergieverbrauch zu steigern. 2012 bezog Magyar Telekom 53 816 000 MWh erneuerbare Energie und deckte damit knapp 25 Prozent ihres Gesamtstromverbrauchs. In Kroatien wurden im Berichtszeitraum für Basisstationen in den Mobilfunknetzen von T-HT Hrvatski Telekom zwei neue Anlagen zur Wind- und Solarstromerzeugung installiert.

Im Oktober 2012 nahm T-Mobile Netherlands die auf dem Dach der Firmenzentrale in Den Haag installierten 286 Solarelemente in Betrieb. Diese Initiative steht im Einklang mit der Nachhaltigkeitspolitik des Unternehmens und wurde in Zusammenarbeit mit den städtischen Behörden entwickelt. T-Mobile Netherlands erwartet einen jährlichen Ertrag in Höhe von 55 MWh. Nach Angaben des Bundes für Energieverbraucher entspricht dies dem durchschnittlichen Energieverbrauch von mehr als 15 Haushalten.

Solarenergieprogramme.

Im ersten Quartal 2013 wurde mit der Installation zweier integrierter Photovoltaikanlagen auf den Dächern von OTE-Gebäuden in Attika mit einer Gesamtkapazität von 222,64 kWp begonnen. Globul installierte im Berichtszeitraum neun neue Hybridanlagen mit Photovoltaikelementen und verfügt mittlerweile über insgesamt zehn Photovoltaikstandorte. Bei Cosmote werden jetzt 19 Basisstationen über hybride Photovoltaikanlagen gespeist. Außerdem wurden hier vier neue Windkraftanlagen installiert.

MEHR ENERGIEEFFIZIENZ, GERINGERER ENERGIEVERBRAUCH.

Die Landesgesellschaften der Deutschen Telekom nutzen nicht nur vermehrt erneuerbare Energien, sondern senken durch verschiedene Maßnahmen ihren Energieverbrauch und erhöhen ihre Energieeffizienz.

- So wurde im Berichtszeitraum der Energieverbrauch der montenegrinischen Landesgesellschaft Crnogorski Telekom durch verschiedene Maßnahmen reduziert. Gleichrichteranlagen mit niedrigem Effizienzfaktor wurden durch effizientere Anlagen ersetzt, wodurch jährlich 700 MWh eingespart werden. Weitere Einsparungen wurden durch eine neue zentrale Klimaanlage (303 MWh pro Jahr) und durch Einführung einer automatischen Anlaufverzögerung für Diesel-Notstromgeneratoren (159 MWh pro Jahr) erzielt.

- T-HT Hrvatski Telekom konnte damit zum ersten Mal eine Senkung des Stromverbrauchs ausweisen. Der Gesamtstromverbrauch war 2012 um 1,3 Prozent geringer als 2011.

- Um dem steigenden Stromverbrauch durch Informations- und Kommunikationstechnologien entgegenzuwirken und den eigenen CO_2-Fußabdruck kontinuierlich zu reduzieren, engagiert sich T-Mobile Austria für eine energieeffiziente Infrastruktur: In einem Pilotprojekt implementiert T-Mobile ein Hybridkonzept für erneuerbare Energien aus Photovoltaik und Wind mit einem Stromspeicher-Back-up-System. Dazu wurden im Dezember 2012 eine Photovoltaikanlage und eine Windturbine aufgestellt. Bis Mai 2013 sollen die Anlagen dem Stromnetz zugeführt werden. T-Mobile Austria stellt für dieses Projekt die Fläche für den Aufbau der Anlagen sowie statische Berechnungen für zusätzliche Masten und Energiespeicher zur Verfügung. Ziel des zu 80 Prozent vom „Klima & Energiefonds“ finanzierten Forschungsprojekts ist es, ausreichend Know-how im Bereich der erneuerbaren Energien zu generieren, um künftig weitere Anlagen zu installieren.

- T-Mobile Czech Republic will den Anstieg des Energieverbrauchs, der beispielsweise durch den Bau neuer Basisstationen oder durch neue Dienstleistungen wie 3G-Mobilfunknetze entsteht, auf ein Mindestmaß begrenzen. Beim Aufbau des 3G-Netzes beschloss T-Mobile daher, Basisstationen gemeinsam mit einem Wettbewerber zu nutzen. Durch die gemeinsame Nutzung sparte T-Mobile im Jahr 2012 500 MWh ein. Anstelle von Technikräumen und Containern nutzt T-Mobile nach Möglichkeit RRH/RRU-Systeme. Da diese RRH/RRU-Systeme weniger Strom verbrauchen als Indoor-Installationen, wird keine Klimatisierung benötigt. Damit werden pro Basisstation jährlich 5,8 MWh eingespart.

- Im Jahr 2012 wurde durch eine Reihe von Maßnahmen der Stromverbrauch der Telekommunikationstechnik von OTE reduziert. Die Abschaltung des digitalen Telekommunikationsnetzes HellasPack führte zu geschätzten Einsparungen von 720 MWh. Die Solltemperatur in allen gekühlten Räumen wurde um 2 Grad Celsius erhöht (von 24 Grad auf 26 Grad). Damit werden pro Jahr schätzungsweise 750 MWh Energie eingespart. Durch die Abschaltung nicht mehr benötigter Technik verringert sich der Energieverbrauch um bis zu 7 162 MWh jährlich. 2012 wurde mit der Modernisierung von Gleichrichtern begonnen und die alte Technik durch neue, hocheffiziente Gleichrichter ersetzt (geschätzte jährliche Energieerspar-

nis: 550 MWh). Außerdem wurde durch Installation moderner Klimasysteme (Split- oder VRV-Anlagen) mit ökologisch unbedenklichem Kältemittel die Modernisierung der Klimaanlagen eingeleitet (geschätzte jährliche Energieersparnis: 500 MWh).

- Dank einer Vielzahl verschiedener Maßnahmen im Berichtszeitraum und davor sparte T-Mobile Czech Republic insgesamt 54 812,6 MWh Strom. Zu diesen Maßnahmen gehörten die Modernisierung des 2G-Netzes und die Installation von Solar- und Windenergieanlagen, der Einsatz moderner Klimaanlagen und effizienterer Temperaturregelungstechnik in Gebäuden.

- Bei Cosmote wird das Hauptrechenzentrum renoviert, um klimatechnische Verbesserungen vorzunehmen und damit den Gesamtenergieverbrauch zu senken. Außerdem wurden 100 neue Kühlsysteme in Basisstationen und elf neue Klimaanlagen installiert, um die Telekommunikationstechnik mit Außenluft zu kühlen, soweit es die Umgebungsbedingungen zulassen. 39 neue Gleichrichterschränke sind mit einem speziellen Batterie-Isolierfach ausgestattet, das eine höhere Temperatur im Technikraum erlaubt. Zudem wird im Zuge der Einführung von Single RAN die alte Telekommunikationstechnik in Basisstationen durch neue, energiesparende Systeme ersetzt.

- Im Berichtszeitraum testete Cosmote Romania verschiedene Möglichkeiten, den Energieverbrauch zu senken, und wählte zwei Maßnahmen zur Umsetzung aus: 300 Basisstationen wurden umgerüstet, um freie Kühlung nutzen zu können, während an zwei zentralen Netzstandorten die Kühleffizienz durch Trennung von Warmgang und Kaltgang und/oder die Schaffung von Luftkammern verbessert wurde.

- Im Jahr 2012 setzte Magyar Telekom das Programm zur Frischluftkühlung in Rechenzentren fort. Damit werden der Klimatisierungsbedarf und der Stromverbrauch reduziert. Außerdem setzte das Unternehmen ein Pilotprojekt für intelligente Kühltechnik auf, um den Energieverbrauch von Klimaanlagen durch technische Optimierung zu senken. In einem Pilotprojekt zur Batteriekühlung sollen Möglichkeiten untersucht werden, Batterien zu schützen, sodass sie größere Temperaturschwankungen tolerieren können. Um Energie bei Gas- und Fernheizanlagen zu sparen, hat Magyar Telekom erneut einige Heizungen ausgetauscht und Heizanlagen modernisiert. Außerdem wird die warme Abluft einiger Rechenzentren für Heizzwecke genutzt.
- Globul setzt weiterhin auf natürliche Umgebungskälte statt konventioneller Klimasysteme und hybrider (Diesel-Batterie-Photovoltaik-) Systeme in seinen Basisstationen. Damit konnte das Unternehmen den Dieselverbrauch seiner Generatoren drosseln und die CO_2-Emissionen senken.

ENERGIEEFFIZIENZ IM GEBÄUDEMANAGEMENT.

Ein effektives Gebäudemanagement ist für die Telekom eine wichtige Stellschraube, um ihre ambitionierten Klimaschutzziele zu erreichen. So führt die Telekom bei allen Instandsetzungen von Gebäuden eine energetische Überprüfung der Wärmeversorgung und Lüftungstechnik durch und arbeitet kontinuierlich an einem noch energieeffizienteren Gebäudemanagement.

- **Energieanalysen und Maßnahmen:** Um eine Grundlage für gezielte Effizienzverbesserungen zu schaffen, setzten wir 2012 die im Vorjahr initiierten Untersuchungen fort. Neben sechs Mikroanalysen führten wir 2012 an zwei Münchner Standorten Pilotprojekte zur Abwärmenutzung durch. Mit ihnen wollen wir beispielsweise Heizwärme aus zentralen Kältemaschinen sowie mithilfe größerer Wärmepumpenanlagen aus Abluftschächten gewinnen. Die zum Betrieb der Telekom-Netze eingesetzte Energie wird somit auch zur Beheizung der Büroräume genutzt. Ein weiteres geplantes Abwärmeprojekt an einem Frankfurter Standort wird nicht umgesetzt. Die Realisierung des Projekts ist, entgegen den ersten Schätzungen, wirtschaftlich nicht gerechtfertigt. Die Ergebnisse der sechs Mikroanalysen werden 2013 umgesetzt.
  Aus den Untersuchungen leiteten wir eine Reihe von Maßnahmen ab, darunter die Anpassung der Betriebszeiten der Raumlüftung von Büro- und Lagerflächen an den jeweiligen Frischluftbedarf. Diese wird voraussichtlich im Oktober 2013 starten und 2015 abgeschlossen sein.

- **LED-Beleuchtung:** An mehreren Verwaltungsstandorten begannen wir im Dezember 2011 in allgemein genutzten Bereichen wie Treppenhäusern, Fluren oder Kellern mit der Umstellung auf LED-Beleuchtung. 2012 wurden weitere zwölf Standorte in Deutschland im Rahmen dieses Programms mit sogenannten LED-Retrofit-Lampen ausgestattet, bei denen die klassische Lampenfassung weiterverwendet werden kann.
  Im Rahmen des 2011 initiierten Projekts „LED@Office“ wollen wir außerdem alle Büros der Telekom in Deutschland standardmäßig mit LED-Beleuchtung ausstatten. Um zuvor mögliche Vor- und Nachteile der LED-Beleuchtung in Büro- und Technikräumen zu prüfen, rüsteten wir 2011 einige Räume um und werteten die Erfahrungen in Kooperation mit verschiedenen Bereichen der Telekom in Deutschland aus. Anschließend beauftragten wir den TÜV Rheinland mit einer Analyse der Ergebnisse und rüsteten weitere Testflächen um. Während der Analyse stellte sich heraus, dass die Anzahl der Testflächen nicht ausreichte, um statistisch abgesicherte Aussagen zu treffen. Die für 2012 geplante Auswertung des Projekts wurde deshalb auf 2013 verschoben. Anfang 2013 wurde eine Entscheidungsvorlage erarbeitet, um die Vorteile und Nachteile von LED-Lampen im Vergleich zu T5-Leuchtstofflampen zu bewerten. Geplant ist außerdem der Einsatz von LED-Beleuchtung auf Technik-

flächen der Telekom Deutschland: Dazu hat Ende 2012 ein Pilotprojekt in den Technikräumen auf der Zeil in Frankfurt stattgefunden, in dem zum Teil auf LED-Beleuchtung umgerüstet wurde. Parallel wurde am selben Standort der Entertain-Showroom mit LED-Lampen ausgestattet.

FÖRDERUNG ENERGIEEFFIZIENTER GEBÄUDE IN DEN LANDESGESELLSCHAFTEN.

Energieeffiziente Gebäude spielen eine entscheidende Rolle für die Senkung des Energieverbrauchs und die verantwortungsbewusste Nutzung dieser wertvollen Ressource. Die folgenden Maßnahmen zeigen beispielhaft, was die Deutsche Telekom konzernweit unternimmt, um die Energieeffizienz zu verbessern.

- Mit dem Umzug der T-Mobile Macedonia und Makedonski Telekom in ein neues, energieeffizientes Bürogebäude soll der Energieverbrauch im Jahr 2013 reduziert werden.

- In Kroatien hat T-HT Hrvatski Telekom im Rahmen eines Zertifizierungsprojekts damit begonnen, für ihre Gebäude Energiezertifikate zu erstellen und zu veröffentlichen. Bis Ende 2012 wurden Energiezertifikate für 16 Gebäude erstellt. Dieses Projekt ist nicht nur zur Erfüllung von Rechtsvorschriften in Kroatien von Bedeutung, sondern gibt auch eine wichtige strategische Ausrichtung für das zukünftige Gebäudemanagement des Unternehmens vor. T-HT Hrvatski Telekom sucht systematisch nach innovativen Lösungen für energieeffiziente Gebäude, um den Energieverbrauch und die Emission von Treibhausgasen zu reduzieren und gleichzeitig die Qualität des Arbeitsumfelds zu erhöhen.

- In Griechenland wurde ein vor Kurzem fertiggestelltes Bürogebäude von Cosmote in Paiania aufgrund seiner Energieeffizienz nach Klasse A zertifiziert. Das Gebäude verfügt über innovative Fahrstuhlsysteme, die mit regenerativer Energie betrieben werden, energieeffiziente Haustechnik (zum Beispiel Beschattungsanlagen, nächtliche Nutzung der natürlichen Umgebungskälte und Beleuchtung mit Dimmerschaltungen und Bewegungssensoren), eine hochmoderne Klimaanlage mit reduzierten Treibhausgasemissionen und Sonnenkollektoren für Warmwasser als erneuerbare Energiequelle. Ab 2013 wird daher mit einer deutlichen Senkung des Energieverbrauchs gerechnet. Außerdem wurde das Gebäude als erstes Bürogebäude Griechenlands für die renommierte Auszeichnung „LEED Gold“ nominiert.

- Im April 2012 unterzeichnete die polnische Landesgesellschaft PTC einen Mietvertrag für den Umzug der Firmenzentrale in ein energieeffizientes Gebäude im Juni 2013.

Deutliche Senkung der CO_2-Emissionen bei Romtelecom.
Um Brennstoffverbrauch und Abgasemissionen zu reduzieren, hat Romtelecom an neun Standorten neue Heizkessel (mit einer Gesamtwärmekapazität von etwa 1,5 MW) installiert. Auf diese Weise war es möglich, den Brennstoffverbrauch um etwa 15 000 Nm^3 pro Jahr und die Abgasemissionen um 40 Prozent zu senken. Durch die Installation von Inverter-Klimaanlagen in allen neuen Projekten senkte das Unternehmen seinen Stromverbrauch um 50 Prozent. Da diese neue Klimatechnik mit ökologisch unbedenklichen Kältemitteln arbeitet, wurden auch die schädlichen Luftemissionen reduziert. Durch den Einbau von PVC-Fenstern in 25 neuen Projekten wurden Wärmeverluste um 20 Prozent reduziert. Außerdem konnte der Stromverbrauch des Unternehmens durch die Installation von Bewegungssensoren in Fluren und Dämmerungssensoren für die Außenbeleuchtung in zehn neuen Projekten um 30 Prozent gesenkt werden.

UMWELTMANAGEMENT.

Unser Ziel ist es, Nachhaltigkeit in allen Geschäftsprozessen und im Alltag unserer Mitarbeiter zu verankern. Hierzu trägt unser Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem (Health, Safety and Environment, HSE) bei, das auf den internationalen Standards OHSAS 18001 für Arbeits- und Gesundheitsschutz und ISO 14001 für Umweltmanagement basiert. Wesentliche Bestandteile des darin enthaltenen Umweltmanagementsystems sind eine einheitliche Umweltpolitik, ein konzernweit gültiges Handbuch, ein zentrales Dokumentenmanagement sowie konzernweite Prozessvorgaben.

DACHZERTIFIKAT ISO 14001 UMFASST 21 GESELLSCHAFTEN.

Im Dezember 2012 wurde das Dachzertifikat 14001 für Umweltmanagementsysteme der Internationalen Organisation für Normung (ISO) für 21 Landesgesellschaften der Deutschen Telekom ausgestellt beziehungsweise erneuert. Weitere Landesgesellschaften, wie beispielsweise in Rumänien und Albanien, wurden unabhängig davon nach ISO 14001 zertifiziert.

IMPLEMENTIERUNG DES HSE-MANAGEMENTS SCHREITET FORT.

Im Berichtszeitraum führten wir unser Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem (Health, Safety and Environment, HSE) in 13 Landesgesellschaften neu ein; bis Ende 2012 war unser System somit bei insgesamt 30 von 59 Landesgesellschaften implementiert.

17 Landesgesellschaften haben außerdem inzwischen eine Zertifizierung nach OHSAS 18001 vornehmen lassen. Die Entscheidung für eine Zertifizierung liegt bei der jeweiligen Geschäftseinheit. Sie ist im Rahmen der CR-Strategie der Telekom nicht verpflichtend. Freiwillige Zertifizierungen werden jedoch von zentraler Seite unterstützt.

GLOBUL, COSMOTE ROMANIA, AMC ERHALTEN ISO-14001-ZERTIFIZIERUNG.

Im Jahr 2012 haben Globul und Cosmote Romania die Zertifizierung nach ISO 14001 erreicht. Darüber hinaus wurde Cosmote Romania im selben Audit nach OHSAS 18001 zertifiziert und nach ISO 9001 rezertifiziert. Nach dem Aufbau eines integrierten Systems für Umwelt-, Qualitäts- und Arbeitsschutzmanagement wurde die albanische Landesgesellschaft der Telekom, AMC, extern geprüft und erhielt ebenfalls die Zertifizierung nach ISO 14001 .

OTE entwickelt Umweltmanagementsystem.
OTE hat im Berichtszeitraum mit der Entwicklung eines Umweltmanagementsystems begonnen und will 2013 die Zertifizierung nach ISO 14001 erreichen. Speziell dafür wurde ein Umweltteam eingesetzt.

ENTWICKLUNG VON ARBEITSSCHUTZINDIKATOREN.

Seit Januar 2012 erhebt die Deutsche Telekom zwei internationale Kennzahlen zur Analyse der Qualität des Arbeitsschutzes. Seit Januar 2013 werden hierbei alle Landesgesellschaften einbezogen.

- Die Kennzahl „Anzahl der Arbeitsunfälle mit resultierender Abwesenheit vom Arbeitsplatz“ erfasst die Unfallhäufigkeiten in unseren Konzerneinheiten pro 1 000 Mitarbeiter. Mit ihr wollen wir die Werte innerhalb des Konzerns vergleichen.

- Zur Berechnung der Fehlzeiten verwenden wir die Kennzahl „Dauer der Abwesenheit vom Arbeitsplatz nach Arbeitsunfall/-unfällen“. Sie soll im Zusammenhang mit der Unfallhäufigkeit eine Analyse der Qualität des Arbeitsschutzes vor Ort unterstützen.

Die Deutsche Telekom verfolgt das Ziel, konzernweit einheitliche, eigene Vorgaben im Arbeits- und Gesundheitsschutz zu erfüllen. Dazu haben wir Erfahrungen mit anderen Unternehmen ausgetauscht und gemeinsam mit Verantwortlichen der Landesgesellschaften erste übergreifende Health & Safety (H & S) Standards definiert. Diese beziehen sich auf die Themen Nichtraucherschutz, Evakuierung von Gebäuden, Gefährdungsanalysen, Wartung von Klimaanlagen sowie Organisationsstrukturen für die Erste Hilfe. Seit 2013 werden die eigenen Standards konzernweit kommuniziert und vor Ort eigenverantwortlich umgesetzt. Die definierten Health & Safety Standards dienen der inhaltlichen Erweiterung des internationalen Gesundheits- und Arbeitssicherheitsmanagements des Konzerns. Ab dem zweiten Quartal 2013 sollen weitere H & S Standards entwickelt und in den Konzerneinheiten eingeführt werden.

UMWELTSEMINARE BEI ROMTELECOM.

Speziell für neue Mitarbeiter gab es bei Romtelecom einen Einführungskurs zum Thema Umwelt. Außerdem haben alle Mitarbeiter aus Abteilungen, in denen das Gesundheits-, Sicherheits- und Umweltmanagementsystem umgesetzt wurde, an Seminaren über Abfalltrennung, Schutz der natürlichen Ressourcen oder Umweltschutzgesetze teilgenommen. Insgesamt wurden 11 Prozent der Belegschaft von Romtelecom in Umweltschutzfragen geschult.

INTERNE ÖKOKAMPAGNE BEI PTC IN POLEN.

Bei der polnischen Landesgesellschaft PTC wurde im Dezember 2012 eine interne Sensibilisierungskampagne unter dem Motto „Grünes Unternehmen“ gestartet, deren Ziel es ist, den Energie-, Wasser- und Papierverbrauch zu reduzieren und die Mitarbeiter über die Umweltschutzaktivitäten des Unternehmens zu informieren. Jeder Monat steht im Zeichen eines Schwerpunktthemas (zum Beispiel Energie-, Wasser- oder Papierverbrauch), um über die Aktivitäten des Unternehmens in diesem Bereich zu informieren und die Mitarbeiter zu einem umweltfreundlicheren Verhalten anzuregen. Im Rahmen der Kampagne werden die Mitarbeiter durch Aufkleber auf Lichtschaltern, elektronischen Geräten, Toiletten und Waschbecken dazu aufgefordert, Energie oder Wasser zu sparen. Andere Kommunikationskanäle sind das Intranet, Poster in Büros und Broschüren, die auf Möglichkeiten für umweltfreundliches Verhalten im Alltag hinweisen.

RESSOURCENEFFIZIENZ AM ARBEITSPLATZ.

Die Telekom will die negativen Auswirkungen ihrer Geschäftstätigkeit auf die Umwelt so gering wie möglich halten. Konzernweit setzen wir uns für einen verantwortungsvollen Umgang mit natürlichen Ressourcen ein. Unsere Kunden und Mitarbeiter regen wir beispielsweise über Handy-Rücknahme-Programme dazu an, einen persönlichen Beitrag zur Schonung natürlicher Ressourcen zu leisten. Zudem sorgen wir für eine umweltfreundliche Ausstattung der Arbeitsplätze, beispielsweise durch den Einsatz energiesparender Geräte. Auch bei der Beschaffung von Büroartikeln werden Nachhaltigkeitskriterien berücksichtigt.

EINSATZ VON RECYCLINGPAPIER.

Seit Januar 2012 werden annähernd 100 Prozent des Bedarfs an Büropapier durch Recyclingpapier gedeckt. Dies ist das Ergebnis des veränderten Einkaufsprozesses für Papier, den wir 2011 eingeführt haben. Darin ist festgelegt, dass der Kauf von Frischfaserpapier eine Einzelgenehmigung erfordert. Diese wurde lediglich in zwei Ausnahmefällen gewährt. Deren Anteil an dem von uns genutzten Büropapier liegt unter 0,0005 Prozent.

Diese Maßnahme unterstützt die Fünfpunkteerklärung, die wir im Rahmen unserer Mitgliedschaft in der Initiative Pro Recyclingpapier mittragen.

RESSOURCENSPAREN DURCH MODERNE DRUCKER.

Bis Ende Juni 2012 wurden an den Konzernstandorten in Deutschland insgesamt 5 050 umweltfreundliche Multifunktionsdrucker installiert, die jeweils von mehreren Arbeitsplätzen aus genutzt werden können. Insgesamt wurden knapp 85 000 Arbeitsplätze mit den Geräten ausgestattet. Diese sind mit den Umweltgütezeichen „Der Blaue Engel“ und „Energie Star“ für besonders energiesparende und klimafreundliche Produkte gekennzeichnet. So sparen wir jährlich 1 019,6 MWh Strom und damit 470 Tonnen CO_2 ein. Gleichzeitig wurden Kosten von rund 155 000 Euro vermieden.

Die montenegrinische Landesgesellschaft Crnogorski Telekom konnte ihren Papierverbrauch beispielsweise durch Veränderung der Druckereinstellungen um 30 Prozent reduzieren.

T-Mobile USA verringerte die Zahl der betriebenen Drucker (inklusive Faxgeräte, Multifunktionsgeräte usw.) um insgesamt 1 212 und sparte damit jährlich circa 288,2 MWh beziehungsweise 191 Tonnen CO_2 ein. Außerdem optimiert T-Mobile die Druckerlösungen (Drucker, Scanner, Faxgeräte und Kopiergeräte) an allen Standorten in den USA und Puerto Rico (mit Ausnahme von Einzelhandelsgeschäften), um Mitarbeitern erweiterte und sicherere Druckfunktionen zu bieten und die CO_2-Bilanz des Unternehmens zu verbessern. Dazu gehört vor allem die Einführung von Cloud Printing. Bei dieser Technologie können Mitarbeiter Dokumente zum Drucken senden, ohne einen bestimmten Drucker auszuwählen.

UMWELTFREUNDLICHE BÜROARTIKEL.

Durch eine bevorzugte Platzierung in unserem zentralen Bestellsystem eBest fördern wir die Nutzung und den Einkauf umweltschonender Büroartikel bei der Telekom in Deutschland. Außerdem wurden unsere Mitarbeiter im Jahr 2012 auch über interne Medien wie das Telekom Social Network (TSN) und das Intranet für ein umweltfreundliches Verhalten am Arbeitsplatz informiert und sensibilisiert.

Im Intranet bieten wir Mitarbeitern in Deutschland mit dem Trainingstool „Umweltfreundliche Büroartikel“ die Möglichkeit, sich hierüber zu informieren und ihr neues Wissen mit einem Zertifikat bestätigen zu lassen.

Als Großeinkäufer nachhaltiger Büroartikel wurde der Telekom in Deutschland von unserem Hauptlieferanten für Büroartikel Staples Advantage der Sonderpreis im „Easy Tree Award“ verliehen. Ein Prozent der von uns für umwelt- und sozialverträgliche Artikel an den Lieferanten geleisteten Zahlungen spendete Staples Advantage außerdem für die Pflanzung von 691 Bäumen in Deutschland.

eBest bietet den Bestellern eine große Auswahl nachhaltiger Produkte. Diese werden mit einem grünen Baum gekennzeichnet, um den Nutzern eine ökologische Entscheidung zu erleichtern. Das Angebot wird von den Mitarbeitern angenommen: Etwa 40 Prozent der georderten Büroartikel entsprachen 2012 den Nachhaltigkeitskriterien der Telekom. Diese fordern unter anderem die Verwendung von recyceltem oder wiederaufgearbeitetem Material, biologische Abbaubarkeit oder eine Forest Stewardship Council®(FSC)- beziehungsweise Programme for the Endorsement of Forest Certification (PEFC)-Zertifizierung von Papier. Wir arbeiten stetig daran, den Anteil der Büroartikel, die diese Kriterien erfüllen, bis 2015 auf mindestens 50 Prozent zu steigern.

Das zentrale Bestellsystem eBest bietet eine Auswahl von mehr als 1 120 umweltfreundlichen Artikeln. Zu diesen gehören zum Beispiel recycelte Produkte oder nachfüllbare Schreibgeräte aus Recyclingmaterial. Mitarbeiter können Artikel unter Eingabe des Stichworts „umweltfreundlich“ in der Suchmaske abrufen und anschließend ordern.

TABLET-PCS FÜR TECHNIKER.

Als Ersatz für die herkömmliche Papierdokumentation erhielten Techniker bei Magyar Telekom, die für die Störungsbehebung und Konfiguration von Diensten zuständig sind, Tablet-PCs mit speziell von ihrem Bereich entwickelten Funktionen (Scannen, elektronische Unterschrift usw.). Damit können sie nicht nur ihre Arbeit besser organisieren, sondern auch Kosten, Zeit und Energie sparen und den Papierverbrauch verringern.

ABFALLMANAGEMENT & ENTSORGUNG.

Im Jahr 2012 hat sich die Abfallmenge der Deutschen Telekom im Vergleich zum Vorjahr leicht erhöht. Dessen Hauptbestandteile sind Büroabfälle und abgebaute Anlagen aus unserer bundesweiten Netzinfrastruktur. Um unser Abfallmanagement ressourceneffizienter zu gestalten, haben wir 2012 die im Dezember 2011 entwickelten neuen Ansätze im internationalen Waste Management in einen Abstimmungsprozess mit den Landesgesellschaften eingebracht. Die für 2012 geplante Implementierung in die operativen Prozesse und Systeme der Konzerneinheiten wurde jedoch verschoben, da die Abstimmungen noch andauern. Wesentlicher Bestandteil des internationalen Waste Management werden allgemein verbindliche Prinzipien und Key Performance Indikatoren (KPI) sein. Darauf basierend liegt die konkrete Formulierung von Zielen und Maßnahmen in der lokalen Verantwortung der Gesellschaften.

EXPERTEN STEUERN SYSTEMATISCHE ERNEUERUNG DES NETZES.

Vor dem Hintergrund des laufenden Ausbaus des All-IP-Netzes ist der Abbau veralteter und nicht mehr benötigter Technik eine wichtige Maßnahme, um in den kommenden Jahren Energie und Kosten zu sparen. Bei der Telekom in Deutschland überprüft das Projekt „Retire“, welche nicht mehr benötigten Baugruppen mit vertretbarem Aufwand vom Netz genommen werden können.

Durch die Abschaltung von Anlagen mit einer elektrischen Gesamtleistung von 4,51 MW im Jahr 2012 werden jährlich CO_2-Emissionen in Höhe von 18 213 Tonnen vermieden. Anschließend werden die wertvollen Bauteile dem Recycling zugeführt.

Unter anderem wurde 2012 die gesamte Übertragungstechnik mit Bandbreiten unterhalb von 2 Mbit/s abgeschaltet. Dies entspricht für 2012 1,05 MW (2011: 2,4 MW) an eingesparter elektrischer Leistung und einem um 3 941 Tonnen verminderten jährlichen CO_2-Ausstoß. Alle rund 25 000 Netzelemente der <2Mbit-Technik werden der Wiederverwertung zugeleitet.

NEUSTRUKTURIERUNG DES ABFALLMANAGEMENTS BEI T-SYSTEMS CZECH REPUBLIC.

Die tschechische Landesgesellschaft von T-Systems hat ihr Abfallmanagementsystem im Berichtszeitraum grundlegend umstrukturiert. Die Entsorgung von Sondermüll (zum Beispiel Leuchtstofflampen, Batterien, Chemikalien et cetera) in Einklang mit den gesetzlichen Vorschriften übernimmt nun ein Entsorgungsfachbetrieb. Außerdem wurden die Verantwortlichkeiten für die Abfallentsorgung innerhalb der Landesgesellschaft klar geregelt. Danach ist an jedem Standort jeweils ein Beauftragter für das Abfallmanagement zuständig. Die Logistikabteilung des Unternehmens verantwortet die Rückgabe und das Recycling des Elektroschrotts. Die Entsorgung des Restmülls übernimmt ein Entsorgungsfachbetrieb. Alle abfallbezogenen Informationen werden in einem internen System erfasst. Im Berichtszeitraum sammelte das Unternehmen 381 Kilogramm Elektroschrott und Batterien, 30 Kilogramm Kartuschen und 2 650 Kilogramm Altpapier.

RECYCLING VON 9 000 TONNEN KABEL.

Im Jahr 2012 zog die Telekom allein in Deutschland mehr als 9 000 Tonnen Kupferkabel aus Kabelkanalanlagen. Diese werden in zertifizierten Entsorgungsfachbetrieben umweltgerecht aufbereitet. Bis zu 90 Prozent des Materials werden anschließend wiederverwertet.

Im Zuge der Netzmodernisierung hat die Telekom eine Pilotstudie durchgeführt, um Ressourceneffizienz und den Beitrag zur CO_2-Minderung beim Kabelrecycling quantitativ bewerten zu können. Zur Darstellung wurden Werte zu Energieverbrauch, Klimawandel und Ressourcenverbrauch verwendet. Die im März 2013 präsentierten Ergebnisse wiesen für das Recycling im Vergleich mit der Primärerzeugung von Kupfer deutlich geringere Treibhausgasemissionen aus. Der Ressourcenverbrauch beträgt beim Kabelrecycling lediglich einen verschwindend geringen Bruchteil im Gegensatz zur Primärerzeugung.

RECYCLING VON ELEKTRONIKSCHROTT.

Angesichts der rasant zunehmenden Nutzung von Handys und Smartphones stellt sich ein ernstes Problem: Wohin mit den Altgeräten? Die Landesgesellschaften der Deutschen Telekom gehen dieses wichtige Problem konzernweit an.

In Polen sammelte PTC im Rahmen der Recyclingkampagne für Handys und Batterien im Berichtszeitraum 1 119,65 Kilogramm Handys, 669,23 Kilogramm Zubehör und 940,34 Kilogramm Ladegeräte.

Slovak Telekom suchte in einem vierwöchigen Wettbewerb im November und Dezember 2012 den größten „mobilen Umweltschützer“ des Unternehmens. Die Mitarbeiter sollten vor Weihnachten zu Hause aufräumen und alte Handys an ihrem Arbeitsplatz oder in einem der Shops von Slovak Telekom abgeben. Mit einer Wiederverwertungsquote von 90 Prozent war dabei umweltfreundliches Recycling sichergestellt. Insgesamt wurden im Rahmen dieses Wettbewerbs knapp 1 000 alte Handys zurückgenommen.

T-Mobile Czech Republic nimmt an einem Projekt teil, das Kinder für Recycling und Umweltschutz sensibilisieren soll. Dazu gehört auch ein Wettbewerb für Schulen, bei dem alte Telefone eingesammelt werden.

Insgesamt wurden dabei 22 782 Telefone gesammelt. Die Gewinner wurden zu einer Preisverleihung in der Zentrale von T-Mobile eingeladen, wo sie auch die alternativen Energiequellen des Unternehmens besichtigen konnten.

RECYCLINGPROGRAMME BEI OTE UND COSMOTE.

In den beiden größten Bürogebäuden des Konzerns, in denen insgesamt etwa 4 000 Mitarbeiter beschäftigt sind, wurde ein systematisches Recyclingprogramm eingeführt. Im Rahmen dieses Programms werden Büropapier, Kunststoff, Aluminium und andere Verpackungsmaterialien, Batterien sowie Elektro- und Elektronikschrott wiederverwertet.

Im Berichtszeitraum setzten beide Unternehmen ihre Programme zur Überwachung der Abfalltrennung fort. Die verschiedenen Abfallarten werden erfasst und dann über Unterauftragnehmer an Recyclingunternehmen geliefert.

RECYCLINGWETTBEWERB BEI ROMTELECOM.

Bei einem „Batteriesammelwettbewerb“ konnten Mitarbeiter von Romtelecom Preise für das Sammeln von Altbatterien und -akkus gewinnen. Im Rahmen einer Kampagne zur Förderung des Umweltbewusstseins und der getrennten Sammlung von Elektro- und Elektronikschrott wurden 20 600 Informationsblätter in den Shops des Unternehmens verteilt und Mitteilungen auf der Website und auf Facebook gepostet. An Romtelecom-Standorten wurden Behälter für die getrennte Sammlung alter Druckerpatronen und Tonerkartuschen aufgestellt. Schließlich wurden für alle Arten der vom Unternehmen erzeugten Abfälle neue Recyclingverträge abgeschlossen.

KLIMASCHONENDE MOBILITÄT.

Mit rund 28 000 allein in Deutschland zugelassenen Fahrzeugen (einschließlich Transportern und Kleintransportern) ist unsere Firmenflotte eine der größten Europas. Der CO_2-Ausstoß des gesamten Fuhrparks entspricht etwa 10 Prozent unserer direkten und indirekten Emissionen (Scope 1 und 2 nach Greenhouse Gas Protocol) in Deutschland. Maßnahmen für eine nachhaltige, emissionsarme Mobilität leisten deshalb einen wichtigen Beitrag zur Erreichung unserer Klimaschutzziele im Rahmen unseres CR-Handlungsfeldes „Klimafreundliche Gesellschaft".

Um die Treibhausgasemissionen ihres Fuhrparks zu verringern, verfolgt die Telekom eine Dreisäulenstrategie:

- **„Rightsize":** Mit der Auswahl moderner, sparsamer Fahrzeuge streben wir eine ökologische Ausrichtung unserer Firmenflotte an. Bei der Auswahl von Service-Fahrzeugen wählte der Mobilitätsdienstleister der Telekom, die Telekom MobilitySolutions, schon in der Vergangenheit gezielt schadstoffarme Modelle aus. Dieser Aspekt wird nun auch im Bereich Geschäftsfahrzeuge stärker berücksichtigt. Die Green Car Policy gibt hierfür den Weg vor.

- **„Econimize":** Durch spezielle Fahrtrainings schulen wir unsere Firmenwagenfahrer in einer verbrauchsmindernden und damit emissionsarmen Fahrweise.

- **„Substitute":** Mit dem Ziel, künftig schadstoffärmere Antriebssysteme einsetzen zu können, erproben wir verschiedene Mobilitätskonzepte.

NEUWAGEN: CO_2-EMISSIONEN AUF 120 G/KM GESUNKEN.

Mithilfe der strengen Vorgaben unserer Green Car Policy konnten wir im Berichtszeitraum weitere Erfolge auf dem Weg zu einer nachhaltigen Flotte erzielen: Dabei sank der durchschnittliche CO_2-Emissionswert neuer Geschäftsfahrzeuge von 131 g/km im Jahr 2011 auf 128 g/km (bezogen auf die Normverbrauchsangaben der Hersteller). Werden die Service-Fahrzeuge in die Berechnung einbezogen, konnte der durchschnittliche CO_2-Ausstoß aller Pkw-Neuwagen von 125 auf 120 g/km gesenkt werden. Damit erreichen wir bereits heute die in den Klimaschutzzielen der Europäischen Union bis 2015 angestrebten Grenzwerte für Neuwagen von 120 g/km und liegen deutlich unter dem aktuellen Bundesdurchschnitt von 142 g/km CO_2 (reine Herstellerdaten nach Angaben des Kraftfahrt-Bundesamts).

KRITISCHE BEWERTUNG DURCH DIE DEUTSCHE UMWELTHILFE.

Die Deutsche Umwelthilfe (DUH) hat im Jahr 2012 wie in den Jahren zuvor die CO_2-Emissionen verschiedener Dienstwagenflotten in Deutschland erhoben und rote, gelbe und grüne Karten verteilt. Die Deutsche Telekom erhielt neben sechs weiteren Unternehmen trotz vorbildlicher Firmenflotte die „Gelbe Karte". Unter den 162 untersuchten Unternehmen erhielten nur vier eine „Grüne Karte" und 151 Unternehmen eine „Rote Karte". Darunter fielen automatisch die 112 Unternehmen, die keine Auskunft erteilt hatten. Die Telekom liegt damit innerhalb der besten 10 Prozent. Zur Begründung wies die DUH darauf hin, dass unser Umweltengagement zwar erkennbar, aber nicht ausreichend sei. Der CO_2-Ausstoß der Vorstandsflotte der Telekom von durchschnittlich 185 g/km stehe im Widerspruch zu einem klimaschonenden Fuhrpark.

Wir setzen uns mit den Beanstandungen auseinander. Wir finden sie jedoch nicht in jedem Punkt zutreffend. So haben einzelne Vorstandsmitglieder völlig auf ein Fahrzeug verzichtet. Die Emissionen der verbleibenden sechs Vorstandsfahrzeuge wurden in den vergangenen Jahren deutlich reduziert. Außerdem schlagen diese unter den mehr als 23 000 Pkws unserer Gesamtflotte nur geringfügig zu Buche. Es gilt jedoch bei der Wahl der Dienstfahrzeuge die Vorbildfunktion des Vorstands zu berücksichtigen. Deshalb hat sich der Vorstand freiwillig der für Geschäftsfahrzeuge in Deutschland geltenden Green Car Policy angeschlossen.

Mit ihr fördern wir konzernweit einen kontinuierlichen Verbesserungsprozess, mit dem Ziel, die durchschnittlichen CO_2-Emissionen der Neufahrzeuge in unserer Flotte bis 2015 auf 110 g/km und damit unter das Ziel der Europäischen Union von 120 g/km zu senken. Hierbei sind auch die Vorstandsfahrzeuge einbezogen.

FAHRERTRAINING: 1 600 MITARBEITER GESCHULT.

Als wichtigen Hebel zur Reduktion der CO_2-Emissionen bieten wir den Nutzern unserer Dienstfahrzeuge Schulungen in einer verbrauchsmindernden Fahrweise an. 2012 nahmen rund 1 600 unserer Mitarbeiter an etwa 80 Öko-Drive-Trainings teil: Wir richteten das Angebot gezielt an Beschäftigte des Technischen Außendiensts, an Auszubildende der Deutschen Telekom sowie an gehörlose Mitarbeiter.

Wir werden das Öko-Drive-Angebot auf Konzernebene auch künftig fortsetzen. Für 2013 ist der Einsatz eines kombinierten Öko- und Fahrsicherheitstrainings für technische Bereiche der Telekom in Deutschland geplant. Als festen Bestandteil der Ausbildung veranstalten wir gemeinsam mit dem ADAC und der Unfallkasse Post weiterhin Öko-Fahrsicherheitstrainings für Auszubildende des zweiten Lehrjahrs. Fortgesetzt wird auch das Angebot an gehörlose Mitarbeiter.

EINSATZ VON ALTERNATIVEN ANTRIEBSSYSTEMEN.

Die Erdgasflotte des Mobilitätsdienstleisters der Telekom, Telekom MobilitySolutions, hat sich in den letzten Jahren deutlich reduziert. Auch 2012 wurden von den Herstellern keine Fahrzeuge in den benötigten Kategorien angeboten. Trotzdem betrieben wir Ende 2012 noch immer eine Flotte von 93 Erdgasfahrzeugen, die im Vergleich zu herkömmlichen Autos weniger Schadstoffe und CO_2 emittieren.

Neben Erdgasantrieben testet die Telekom seit Jahren den Einsatz anderer alternativer Antriebssysteme. Im Berichtszeitraum führten wir verschiedene Projekte fort und erprobten die Verwendbarkeit der Fahrzeuge für unseren Service:

Den im Frühjahr 2011 in Nordrhein-Westfalen gestarteten Pilotversuch mit zwei Elektrofahrzeugen von Renault konnten wir im Berichtszeitraum planmäßig abschließen. Dabei zeigte sich, dass die Fahrzeuge für spezielle Einsatzzwecke wie den Einsatz in Städten und Ballungszentren im Service durchaus tauglich sind, aber als Flottenfahrzeuge zu geringe Reichweiten haben. Dies zeigte sich auch bei dem Testbetrieb eines Elektrofahrzeugs von Volkswagen an einem Telekom-Standort in Berlin. Die tägliche Fahrleistung der E-Mobile darf 120 Kilometer nicht überschreiten.

Seit 2010 beteiligt sich die Deutsche Telekom außerdem am Projekt „e-Mobility Berlin“, einem der weltweit größten Feldversuche zum Einsatz von Elektroautos. Im Rahmen dieses Projekts testet die Telekom MobilitySolutions gemeinsam mit weiteren Konzerneinheiten den Einsatz von vier Elektroautos von Smart in der Praxis. Außerdem testen wir im gleichen Zeitraum zwei Smart electric drive in einem e-Mobility-Projekt am Standort Bonn. Die Projekte werden voraussichtlich noch bis 2014 fortgeführt. Innerhalb dieser Pilotprojekte können Mitarbeiter der Telekom seit 28. Januar 2013 Elektro-Smarts bei Dienstfahrten testen. Nach Voranmeldung können sie eines der E-Mobile von der Ladesäule abholen und für kurze Fahrten nutzen. Zwei der als Mietfahrzeuge genutzten Fahrzeuge haben ihren Standort in Berlin, eines in Bonn.

KLIMASCHUTZ BEI GESCHÄFTSREISEN.

In Kooperation mit der Deutschen Bahn gestalten wir die Reisetätigkeit unserer Mitarbeiter in Deutschland möglichst klima- und umweltfreundlich. Seit Februar 2010 besteht eine Vereinbarung mit der Deutschen Bahn AG, durch die alle Bahnfahrten unserer Beschäftigten klimaneutral gestellt werden. Laut Zertifikat des TÜV Süd hat die Deutsche Telekom 2012 rund 4 500 Tonnen CO_2 durch Investitionen in Klimaschutzprojekte kompensiert. Seit der Einführung der Kooperation im Februar 2010 wurden insgesamt rund 13 800 Tonnen CO_2 ausgeglichen.

KLIMAFREUNDLICHER ARBEITSWEG.

Im Berichtszeitraum nutzten durchschnittlich 23 700 Mitarbeiter der Telekom in Deutschland eine vergünstigte Monatsfahrkarte – das sogenannte Jobticket – für den Arbeitsweg. Damit stagniert erstmals die Zahl der Nutzer gegenüber dem Vorjahr. Einer repräsentativen Befragung zufolge legen unsere Mitarbeiter für ihren Arbeitsweg zweimal am Tag durchschnittlich 30 Kilometer zurück. Gegenüber der Autonutzung ergibt sich hieraus ein CO_2-Einsparvolumen von jährlich etwa 11 376 Tonnen. Zu dessen Berechnung wurde davon ausgegangen, dass ein Auto durchschnittlich 120 g CO_2/km, der öffentliche Personennahverkehr 80 g CO_2/km ausstößt.

Ein regionales Jobticketangebot steht an vielen deutschen Telekom-Standorten insbesondere in den großen Verkehrsballungsräumen zur Verfügung. Im Berichtszeitraum haben wir einen neuen Vertrag mit dem Verkehrsverbund Ruhr-Lippe (Ballungsräume: Hamm, Lüdenscheid, Unna) geschlossen. Hierdurch konnten zusätzlich 43 Mitarbeiter in diesem Verkehrsraum ein Jobticket nutzen. Weitere neue Angebote konnten im Berichtszeitraum mangels Nachfrage unserer Mitarbeiter nicht aktiviert werden.

Künftig wollen wir ein Jobticketangebot auch in den Verkehrsbereichen der Städte Kassel, Siegen und Schwäbisch-Hall einführen. Hierbei wollen wir den Beschäftigten an unseren Standorten gegen Gebühr Parkplätze zur Verfügung stellen und mit den Einnahmen die von uns angebotenen Jobtickets bezuschussen. So fördern wir einerseits den klimaverträglichen öffentlichen Personennahverkehr durch günstigere Jobtickets und schaffen andererseits die Voraussetzung für einen Rückbau beziehungsweise eine Begrünung von Parkflächen mit entsprechendem Klimaschutzeffekt.

KLIMASCHONENDE MOBILITÄT IN LANDESGESELLSCHAFTEN.

Ein Telekommunikationsunternehmen benötigt für Wartungs-, Kundendienst- und andere Zwecke einen großen Fuhrpark. Daher gibt es ein erhebliches Potenzial für die Einführung klimafreundlicher Lösungen, wie beispielsweise sparsame Motoren und Elektrofahrzeuge.

- Bei Makedonski Telekom tragen Navigationssysteme in den Fahrzeugen der Unternehmensflotte dazu bei, Kraftstoff zu sparen. Im Berichtszeitraum wurden 330 Fahrzeuge des Fuhrparks der Landesgesellschaften Makedonski Telekom und T-Mobile Macedonia mit Navigationssystemen ausgestattet.

- Die montenegrinische Landesgesellschaft Crnogorski Telekom änderte ihre Einkaufspolitik und kauft jetzt Fahrzeuge mit kleineren Motoren (1,6 anstatt 2 Liter). Indem 9 Prozent aller Fahrzeuge der Firmenflotte ausgewechselt wurden, konnte das Unternehmen den durchschnittlichen Kraftstoffverbrauch von 8,6 auf 6,8 Liter pro 100 Kilometer senken.

- Mit der CarSharing-Lösung „T-ePower“ wird der gemeinsame Fuhrpark von T-Systems und T-Mobile Austria effizienter genutzt. Bisher wurden die 24 Pool-Autos per E-Mail oder Outlook-Kalender reserviert, eine Ad-hoc-Miete oder Abholung außerhalb der vorgegebenen Zeiten war nicht möglich. Mit „T-ePower“ erfolgt die Reservierung der Fahrzeuge über ein Buchungsportal: Das Fahrzeug wird nicht mehr mit einem Schlüssel, sondern per Anruf geöffnet, die Autoschlüssel und Papiere werden im Kofferraum des Fahrzeugs aufbewahrt. „T-ePower“ greift nicht in die Fahrzeugelektronik ein und ist dadurch unabhängig vom Fabrikat mit allen Pkw-Modellen kompatibel. 2012 hat T-Mobile Austria darüber hinaus einen Elektro-Smart in ihren Car-Sharing-Pool von derzeit rund 220 Autos aufgenommen.

- Im September 2012 organisierte T-Mobile Czech Republic eine Informationskampagne während der europäischen Woche der Mobilität und veranstaltete einen Wettbewerb, um den umweltfreundlichsten Fahrer des Jahres bei T-Mobile zu finden. Die Kampagne richtete sich an Mitarbeiter von T-Mobile und beschäftigte sich mit Themen wie erneuerbare Ressourcen und Handy-Recycling.

- Makedonski Telekom rief in einer Kampagne zum umweltfreundlicheren Autofahren auf und informierte dabei über eine sparsamere Fahrweise.

- Im US-Bundesstaat Washington fördert T-Mobile USA die Bildung von Fahrgemeinschaften und die Nutzung von Mitfahrgelegenheiten durch Mitarbeiter. Das Programm soll die Mitarbeiter außerdem ermutigen, mit dem Fahrrad, öffentlichen Verkehrsmitteln oder zu Fuß zur Arbeit zu kommen oder Telearbeit zu nutzen. Um das Umweltbewusstsein auf dem Weg zur Arbeit zu fördern, bietet das Unternehmen Mitarbeitern, die am Programm teilnehmen, einen Zuschuss von 40 bis 75 Dollar pro Monat und/oder eine kostenlose Busfahrkarte an. Etwa 1 500 Mitarbeiter von T-Mobile nehmen an diesem Programm teil.

BIODIVERSITÄT.

Eine vielfältige Tier- und Pflanzenwelt ist eine wichtige Lebensgrundlage für die Menschheit und kann sich veränderten Umweltbedingungen, wie sie beispielsweise durch die globale Klimaerwärmung entstehen, besser anpassen. Angesichts dieser Tatsachen haben die Vereinten Nationen die Jahre 2011 bis 2020 zur „UN-Dekade der Biodiversität“ ernannt.

Auch die Telekom setzt sich für den Erhalt einer vielfältigen Tier- und Pflanzenwelt ein: Seit 13 Jahren kooperiert die Telekom Deutschland mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH) und hat in diesem Rahmen bis Ende Februar 2013 insgesamt 779 Umwelt- und Naturschutzprojekte sowie zahlreiche Umweltbildungsaktivitäten unterstützt.

NATURSCHUTZFONDS „LEBENDIGE WÄLDER“ LÄUFT WEITER.

Wir haben die Laufzeit unseres Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ bis auf Weiteres verlängert. Im Berichtszeitraum wurden in diesem Rahmen folgende Projekte durchgeführt beziehungsweise unterstützt:

- **März 2012: Buchen-Pflanzaktion mit der Stadt Bonn.**
  Am 30. März 2012 pflanzten 24 Mitarbeiter der Deutschen Telekom neue Bäume im Bonner Stadtwald als Teil der Aktion „Lebendige Buchenwälder“. Gemeinsam mit der Deutschen Umwelthilfe (DUH) hatte die Telekom dem Amt für Stadtgrün insgesamt 4 000 Buchenschösslinge zur Verfügung gestellt. Buchen gehören zu den natürlichen Beständen unserer Region. Sie tragen zur Aufwertung des Bodens bei und bieten zahlreichen Tier- und Pflanzenarten einen artgerechten Lebensraum. 1 000 der jungen Bäume wurden von unseren Mitarbeitern, unterstützt durch die städtischen Forstmitarbeiter, eigenhändig gesetzt.

- **Februar/März 2012: Lebensräume für Eidechsen in der Dellbrücker Heide.**
  Finanzielle Unterstützung erhielt außerdem ein Projekt des Bundes für Umwelt und Naturschutz (BUND) NRW zur Schaffung von Lebensräumen für die bedrohten Zauneidechsen im Naturschutzgebiet Dellbrücker Heide. BUND-Mitarbeiter und Schüler der benachbarten Willy-Brandt-Schule errichteten unter anderem Kleinstbiotope als Rückzugsort und Liegeplatz für die Eidechsen. Seit 2009 betreut der BUND im Auftrag der Stadt Köln unentgeltlich den städtischen Gebietsanteil des Naturschutzgebiets. Das von der Telekom unterstützte Projekt soll über den Berichtszeitraum hinaus fortgeführt werden.

- **2012 fortgesetzt: Renaturierung des Feuchtgebiets Eschenkahr.**
  Gefördert wurde außerdem ein Projekt der Gesellschaft für Naturschutz und Auenentwicklung (GNA) im Bad Orber Stadtwald. Im Fokus stand dabei die Wiedervernässung ursprünglicher Moorflächen. Durch diese Maßnahme erhalten neben vielen Insektenarten auch Feuersalamander, die Gelbbauchunke und andere Amphibien die Chance, ihren angestammten Lebensraum wiederzubesiedeln.

- **Dezember 2012: Mitwirkung an DUH-Tagung.**
  Unter dem Motto „Kooperationen von Unternehmen und NGOs im Naturschutz“ veranstaltete die Deutsche Umwelthilfe am 12. Dezember 2012 in Berlin eine Tagung, um Unternehmen und Umweltorganisationen besser zu vernetzen. Die Deutsche Telekom hat die Tagung über den Naturschutzfonds „Lebendige Wälder“ mitfinanziert und dort über ihre eigenen Erfahrungen mit Naturschutzprojekten in Kooperation mit NGOs berichtet.

RENATURIERUNG VON MOOR FINANZIERT.

Green-Car-Malus schafft Öko-Bonus im Biesenthaler Becken.
Nutzer von Telekom-Geschäftsfahrzeugen mit hohem CO_2-Ausstoß zahlen unter anderem für die Wiederherstellung natürlicher Moorflächen in Brandenburg. Der Grund: Die Green Car Policy der Telekom schreibt für die CO_2-Emissionen der Geschäftsfahrzeuge unserer Mitarbeiter in Deutschland enge Höchstgrenzen vor. Die Beschäftigten werden an den höheren Mobilitätskosten und der höheren Umweltbelastung durch einen monetären Malus beteiligt, sollten sie sich für ein Fahrzeug mit hohem CO_2-Ausstoß entscheiden. Mit diesem Geld werden neben den zusätzlichen Kraftstoffkosten interne und externe Projekte finanziert, die einen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz leisten.

Aufkauf und Wiederherstellung ursprünglicher Moorflächen.
30 000 Euro aus diesem Topf erhielt 2012 ein lokales Projekt des Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU). Dessen Ziel ist es, ehemalige Moorflächen im Biesenthaler Becken nördlich von Berlin wieder zu „vernässen“ und sie damit in einen naturnahen Zustand zurückzuversetzen. Die Maßnahme dient nicht nur dem Schutz seltener Moorpflanzen und der dort lebenden Fauna, sondern auch der Wiederherstellung der Fähigkeit des Moors, CO_2 aus der Luft langfristig zu binden: Bereits eine nur 15 Zentimeter dicke Torfschicht bindet in Deutschland etwa so viel Kohlenstoff wie ein 100-jähriger Wald. Solange der Wasserspiegel nicht absinkt, wird dieser nicht wieder an die Atmosphäre abgegeben.

Um die Flächen landwirtschaftlich nutzen zu können, wurden diese bisher laufend über Grabensysteme entwässert. Mit dem Ziel, diese Praxis zu beenden, hat der NABU begonnen, die Moorgrundstücke aufzukaufen oder gegen andere Flächen einzutauschen. Zuletzt standen

hierfür noch rund 35 Hektar zu einem Durchschnittspreis von 2 000 Euro zum Verkauf. Das erworbene Land bewahrt die NABU-Stiftung als Kohlendioxid-Senke und als Lebensraum für eine Vielzahl an bedrohten Tieren und Pflanzen dauerhaft in Stiftungshand.

Mitarbeiter bestimmen über die Spenden mit.
2012 betrug der Überschuss aus dem Malus in Deutschland circa 400 000 Euro und damit rund 100 000 Euro mehr als im Vorjahr. Intern finanzierten wir hieraus Ökofahrtrainings für Auszubildende, die Anschaffung von E-Mobilen und die Errichtung von Ladestationen für E-Mobile. Über die Verwendung der verbleibenden rund 300 000 Euro aus den Malusbeträgen ließen wir auch im letzten Jahr wieder unsere Mitarbeiter entscheiden: 2012 beteiligten sich 6 000 Beschäftigte der Telekom an der Abstimmung. Die zehn vorgestellten Projekte erhielten je nach Stimmzahl Förderzusagen zwischen 50 000 und 10 000 Euro.

KENNZAHLEN.

	2011		2012
Ökologisch			
CR KPI "Energieverbrauch" (MWh / Mio €)	116	↗	119
CR KPI "CO_2-Emissionen" (Tsd. t)	393	↗	530
CR KPI "Handy-Rücknahme" (Handy-Rückn. Tsd. / Kunden Mio)	22	↘	6
Sozial			
CR KPI "Mitarbeiterzufriedenheit CR" (%)	55	↗	69
CR KPI "Gesellschaftliches Engagement" (%)	– 13	↘	– 6
Ökonomisch			
CR KPI "Nachhaltiger Einkauf" (%)	38	↗	54
CR KPI "Nachhaltiges Investment (SRI)" (%)	15.1	↘	14.1

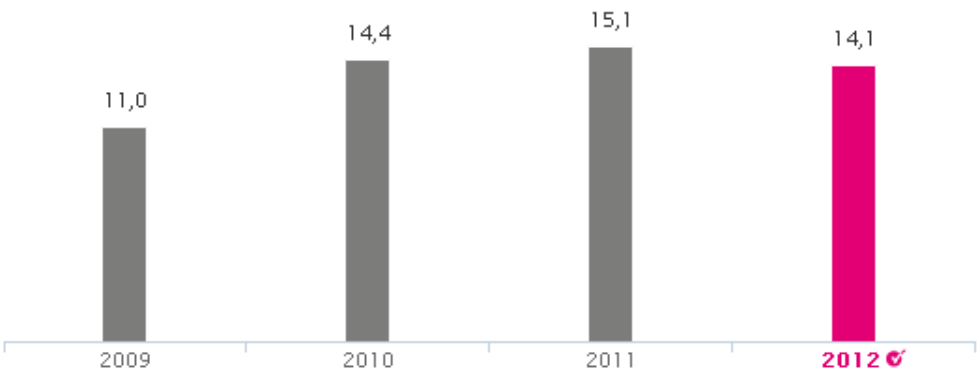
NACHHALTIGES INVESTMENT.

CR KPI „NACHHALTIGES INVESTMENT (SRI)“.
Im Jahr 2012 wurden rund 12 Prozent der Aktien der Deutschen Telekom AG von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. Rund 2 Prozent der T-Aktien befanden sich im Besitz von Investoren, die ihre Fonds vorrangig unter SRI/ESG-Gesichtspunkten managen.

Der CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“ gibt den Anteil von T-Aktien der Deutschen Telekom AG an, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologische, soziale und die Unternehmensführung betreffende Kriterien berücksichtigt. Aufgrund der jährlichen Aktualisierung der Berechnungsbasis sind Vorjahresvergleiche nur bedingt aussagekräftig.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) und 7 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

CR KPI „Nachhaltiges Investment (SRI)“ Deutsche Telekom AG.



Anteil an Aktien der Deutschen Telekom AG, der von Investoren gehalten wird, deren Anlagestrategie auch ökologisch, soziale und Governance-Kriterien berücksichtigt (Datenquelle; Ipreo seit 2009). Es ist zu beachten, dass Vorjahresvergleiche aufgrund der jährlichen Aktualisierung der Berechnungsbasis ggf. wenig aussagekräftig sind.

LISTING T-AKTIE.

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikate.

Rating-Agentur	Indizes/Prädikate/ Ranking	Erfolge Index-Listing			
		2012	2011	2010	2009
SAM	DJSI World	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe	✓	✓	✓	✓
Oekom	"Prime"	✓	✓	✓	✓
VIGEO	ASPI	✓	✓	✓	✓
	ESI	-	✓	✓	✓
imug/EIRIS	FTSE4Good	✓	✓	✓	✓
Sarasin	DAX Global Sarasin Sustainability	✓	✓	✓	✓
CDP	Carbon Disclosure Leadership	-	-	-	-
	Carbon Performance Leadership (neu seit 2010)	-	-	✓	n.a.
MSCI *	MSCI Global Climate	-	✓	✓	✓
Newsweek 2012 Green Rankings	Rank Germany #6, Global #80, Technology #12	✓	✓	✓	n.a.
STOXX	STOXX Global ESG Leaders (neu seit 2011)	✓	✓	n.a.	n.a.

✓ Erfolgreich gelistet.
- Nicht gelistet.
* Vorher RiskMetrics/KLD.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 1 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

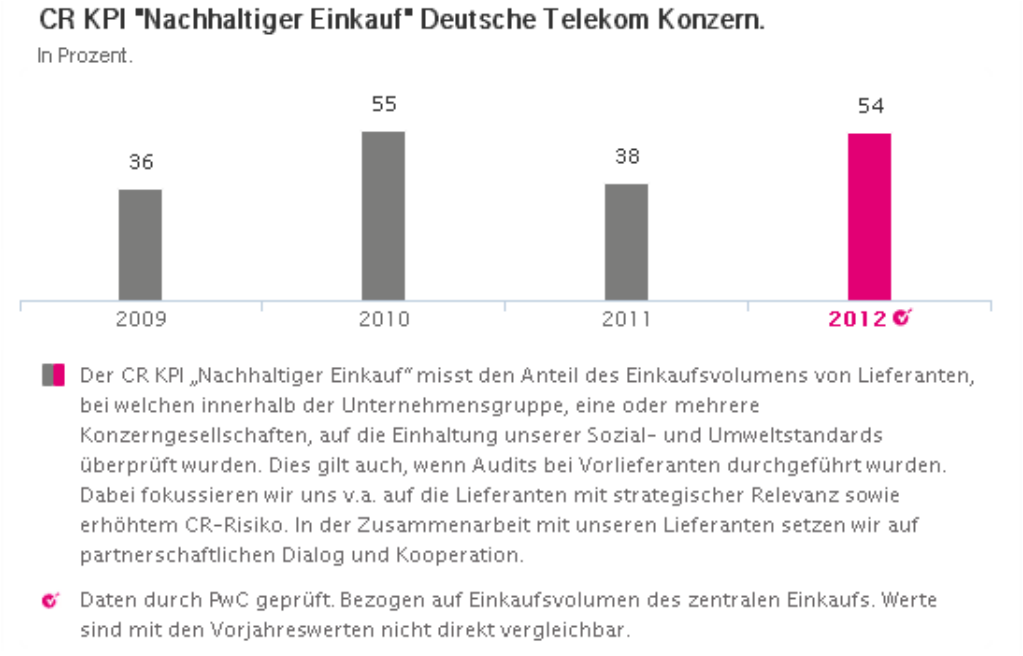
LIEFERANTEN.

CR KPI „NACHHALTIGER EINKAUF“.

Der CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ misst den Anteil des Einkaufsvolumens von Lieferanten, bei denen innerhalb der Unternehmensgruppe eine oder mehrere Konzerngesellschaften auf die Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards überprüft wurden. Ein wichtiges Element ist das elektronische Brancheninformationssystem Electronics-Tool for Accountable Supply Chains E-TASC. 2012 konnten wir eine signifikante Erhöhung des auf Nachhaltigkeitskriterien überprüften Einkaufsvolumens um 16 Prozentpunkte auf insgesamt 54 Prozent erzielen.

Die Steigerung ist einerseits darauf zurückzuführen, dass seit 2012 zusätzliche Lieferantendaten aus dem Supplier Management Portal in die Berechnung des CR KPI einfließen. Dabei fokussieren wir uns vor allem auf Lieferanten mit strategischer Relevanz sowie erhöhtem CR-Risiko. Auch weitere im Jahr 2012 eingeführte Maßnahmen tragen zu diesem Ergebnis bei. So wurde beispielsweise die Anzahl der Lieferanten erweitert, bei denen wir eine Präqualifizierung voraussetzen: Diese ist nun für alle Lieferanten obligatorisch, bei denen wir ein Auftragsvolumen von über 100 000 Euro erwarten. Darüber hinaus entwickelten wir eine Matrix, die Zulieferer nach bestimmten risikorelevanten Kriterien wie beispielsweise Beschaffungsvolumen, Land, Warengruppe und strategischer Bedeutung für die Telekom kategorisiert. Die Matrix hilft uns, potenzielle Lieferanten für Audits oder eine Selbstauskunft zu identifizieren.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Mit der Angabe des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren HR 1 (Menschenrechte), HR 2 (Zulieferer und Menschenrechte) und HR 10 (Impact-Assessments) vollständig abgedeckt. Mit der Angabe decken wir die EFFAS-Kennzahl V28-04 (Supply Chain) ab. Sie ist weiterhin relevant für die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette), 6 (Regeln und Prozesse) und 7 (Leistungsindikatoren) sowie 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit).

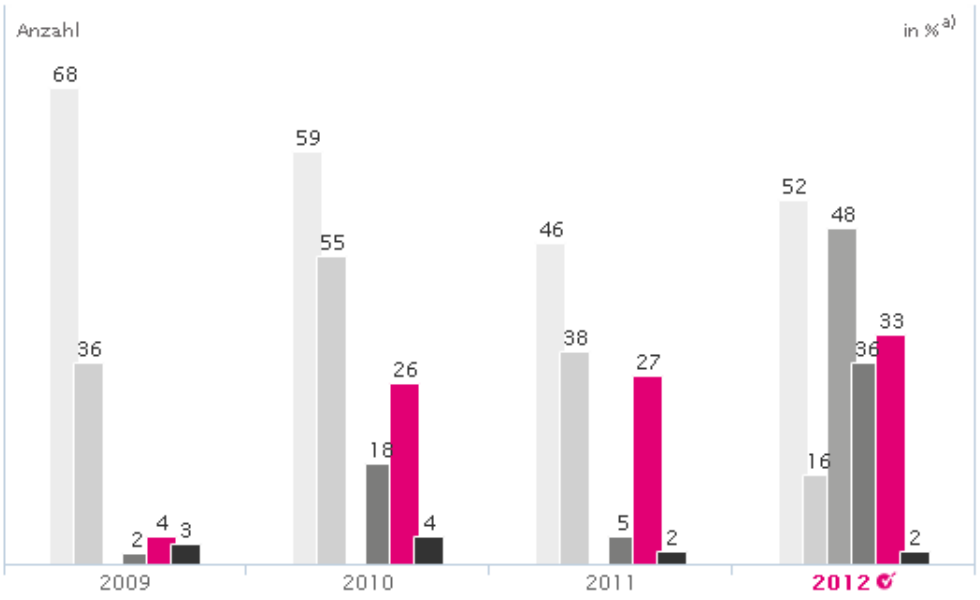


LIEFERANTENBEZIEHUNGEN.

Der Anteil des durch das Brancheninformationstool E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chains) abgedeckten Einkaufsvolumens sank deutlich von 38 Prozent im Vorjahr auf knapp 15,7 Prozent im Jahr 2012. Gleichzeitig stieg der Anteil des auditierten Einkaufsvolumens gegenüber dem Vorjahr von 5 Prozent auf etwa 36 Prozent. Die Auditierung über die Joint Audit Cooperation konnte im Berichtszeitraum weiter ausgebaut werden. Erstmalig erfolgte auch eine Überprüfung durch Präqualifizierung über das Supplier Management Portal (SMP). Eine Präqualifizierung ist nun auch für Lieferanten obligatorisch, bei denen wir ein Auftragsvolumen von über 100 000 Euro erwarten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Mit der Angabe des CR KPI „Nachhaltiger Einkauf“ in Verbindung mit den Informationen zu unserer strategischen Ausrichtung werden die GRI-Indikatoren HR 1 (Menschenrechte), HR 2 (Zulieferer und Menschenrechte) und HR 10 (Impact-Assessments) vollständig abgedeckt. Zudem entsprechen wir dem Kriterium 17 (Menschenrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für die EFFAS-Kennzahl (V28-04) sowie die Kriterien 1 (Chancen und Risiken), 3 (Nachhaltigkeitsziele), 4 (Wertschöpfungskette) und 6 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 1 (Respektierung der Menschenrechte), 2 (keine Beteiligung an Menschenrechtsverletzungen) und 5 (Abschaffung von Kinderarbeit)

Risikomanagement Lieferantenbeziehungen Deutsche Telekom Konzern.



- Anteil des via Self-Assessments adressierten Einkaufsvolumens b)
- Anteil des via E-TASC abgedeckten Einkaufsvolumens b)
- Anteil des via Prä-Qualifizierung abgedeckten Einkaufsvolumens b)
- Anteil auditiertes Einkaufsvolumens b)
- Durchgeführte Audits c)
- Durchgeführte Workshops

a) Einkaufsvolumen aus Globaler Datenbasis des Einkaufs (GDB).

b) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung sowohl intern als auch extern durchgeführte Social Audits. Bezogen auf Einkaufsvolumen des zentralen Einkaufs. Werte sind mit den Vorjahreswerten nicht direkt vergleichbar.

c) Daten durch PwC geprüft. Berücksichtigung intern und extern durchgeführter Social Audits (sowohl im Rahmen von Deutsche Telekom als auch durch JAC - Joint Audit Cooperation). Audits umfassen auch Follow-up Audits.

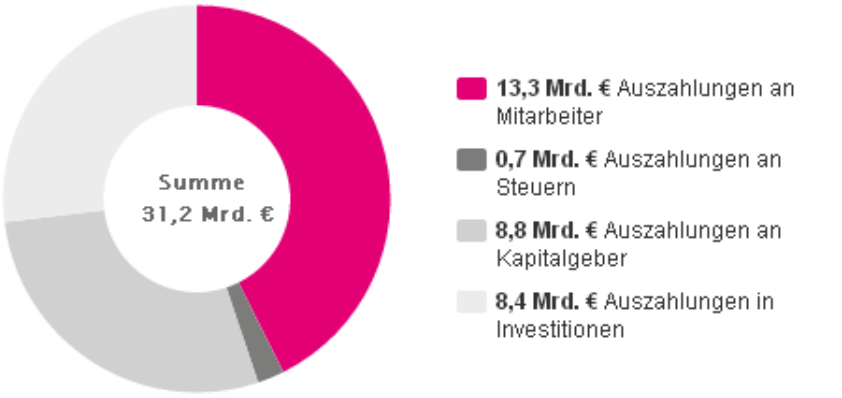
FINANZIELLE KENNZAHLEN.

NETTOWERTSCHÖPFUNG.

An den Zahlen zur Nettowertschöpfung wird erkennbar, in welchem Umfang die einzelnen Anspruchsgruppen des Konzerns beispielsweise in Form von Löhnen oder Steuern an der Unternehmensleistung teilhaben. Die Nettowertschöpfung der Deutschen Telekom resultiert aus den Umsatzerlösen zuzüglich der Einzahlungen aus dem Verkauf von Vermögenswerten, abzüglich der Betriebskosten und sonstiger Ausgaben. Die Nettowertschöpfung stieg von 31,1 Milliarden Euro im Vorjahr auf 31,2 Milliarden Euro im Jahr 2012.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Kennzahl decken wir den GRI-Indikator EC 1 (unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert) vollständig ab.

Nettowertschöpfung.



Im Gegensatz zur Gewinn- und Verlustrechnung gehen in die Nettowertschöpfungsrechnung nur tatsächliche Zahlungsströme ein. Dies bedeutet, dass zum Beispiel latente Steueraufwendungen und die Bildung von Rückstellungen die Nettowertschöpfung des Berichtsjahres nicht beeinflussen. Diese Aufwendungen mindern zwar den Konzernüberschuss in der Gewinn- und Verlustrechnung, sind jedoch nicht, wie in der Nettowertschöpfung, mit einer Zahlung an eine Anspruchsgruppe verbunden. Die Auszahlungen hierfür erfolgen erst in der Zukunft und können somit auch erst in den Folgejahren in der Nettowertschöpfung berücksichtigt werden.

UMSATZERLÖSE, EBITDA/EBITDA-MARGE (BEREINIGT UM SONDEREINFLÜSSE) UND KONZERNÜBERSCHUSS DEUTSCHE TELEKOM KONZERN

Eine detaillierte Erläuterung unserer ökonomischen Kennzahlen ist unter www.telekom.com/investorrelations verfügbar.

Umsatzerlöse, EBITDA/EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) und Konzernüberschuss Deutsche Telekom Konzern.

	2009 in Mrd. €	2010 in Mrd. €	2011 in Mrd. €	2012 in Mrd. €
Umsatzerlöse	64,6	62,4	58,7	58,2
EBITDA (bereinigt um Sondereinflüsse) a, b, c)	20,7	19,5	18,7	18,0
EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) (in %) a)	32,0	31,2	31,8	30,9
Konzernüberschuss/(-fehlbetrag)	**0,4**	**1,7**	**0,6**	**(5,3)**

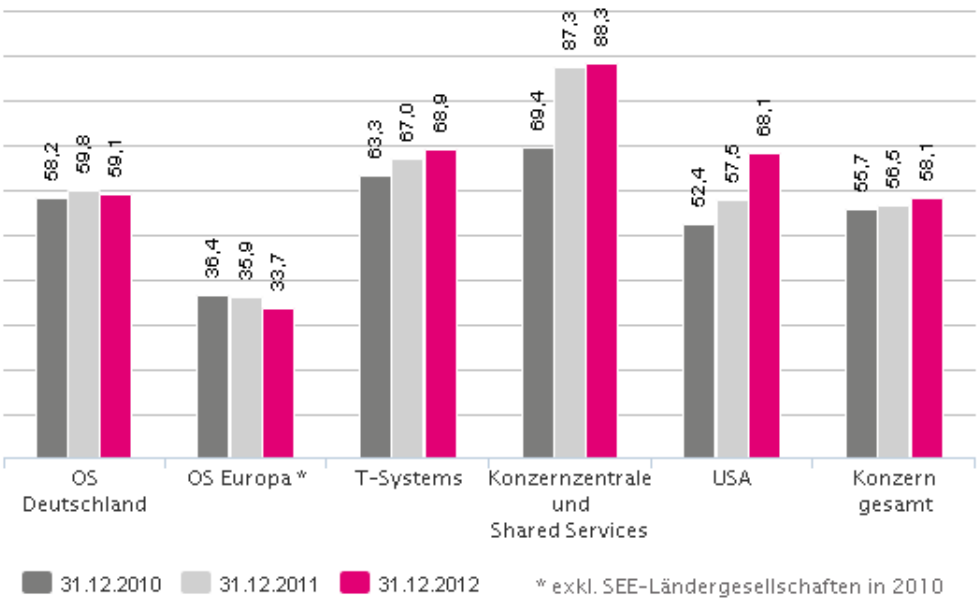
a-c) Vgl. Datei weitere Daten: Geschäftsbericht 2012 U2-3

PERSONALAUFWAND UND PERSONALAUFWANDSQUOTE TELEKOM KONZERN WELTWEIT.

Eine detaillierte Erläuterung unserer ökonomischen Kennzahlen ist unter www.telekom.com/investorrelations verfügbar.

Personalaufwand und Personalaufwandsquote Telekom Konzern weltweit.

Nach operativen Segmenten, pro Mitarbeiter (FTE), in Tausend €.



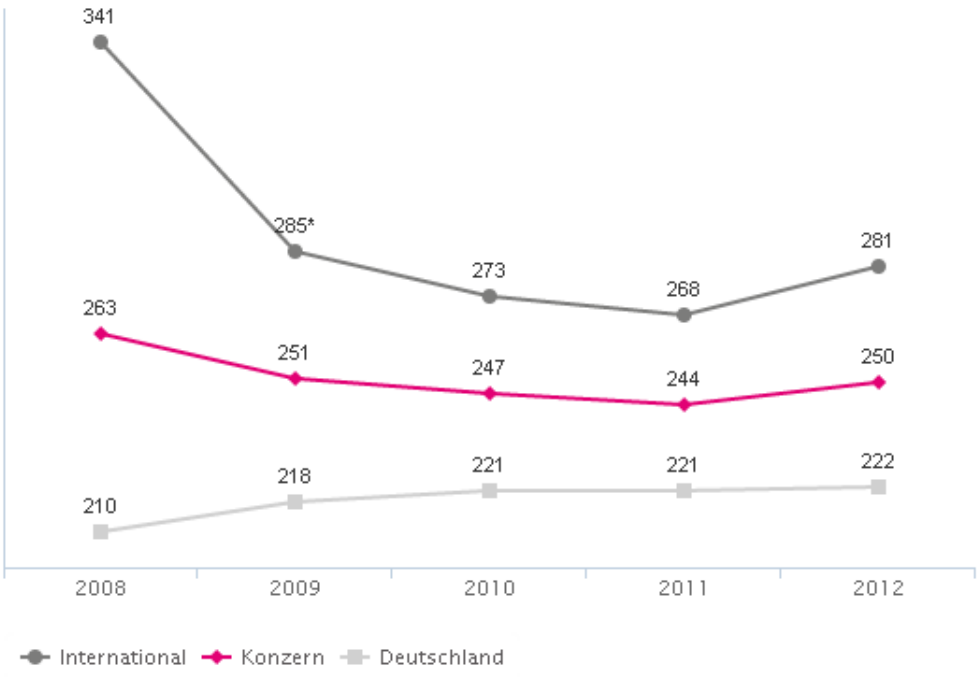
Abweichungen gegenüber dem bisherigen Reporting entstehen durch Rückrechnungen (Restatements), die bis ins Jahr 2011 zurückreichen. Diese Restatements resultieren aus organisatorischen Veränderungen im Konzern (EUREKA/Telekom IT: Verlagerungen von Konzernzentrale/Shared Services und OS Deutschland nach T-Systems; DBU: Verlagerung von OS Deutschland nach Konzernzentrale/Shared Services; GTN: Verlagerung von Konzernzentrale/Shared Services nach Europa).

UMSATZ JE MITARBEITER.

Der konzernweite Umsatz pro Vollzeitstelle (Full Time Equivalent, FTE) stieg im Berichtszeitraum auf 250 000 Euro an.

Umsatz je Mitarbeiter pro FTE (Full Time Equivalent).

In Tausend €.



* 2009: Durch OTE-Akquisition überproportionale Zunahme Mitarbeiter international im Verhältnis zur Umsatzsteigerung.

ENERGIE.

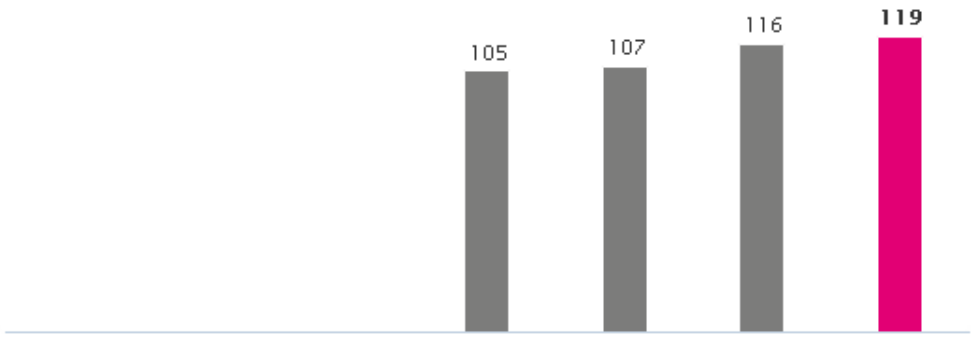
CR KPI „ENERGIEVERBRAUCH“.

Die Deutsche Telekom erhebt den CR KPI „Energieverbrauch“ als sogenannten Monetary Power Efficiency Index (MPEI), bei dem die Verbrauchsentwicklung (in Tausend MWh) in Relation zum Umsatz (in Milliarden Euro) gestellt wird. Sein Wert hat sich 2012 gegenüber dem Vorjahr um 3 Prozent leicht erhöht: Der konzernweite Stromverbrauch ist geringfügig um 3,5 Prozent gestiegen, während der dazugehörige Umsatz weitgehend stabil blieb.

Kontinuierlich wachsende Datenmengen waren eine der Ursachen für den leicht erhöhten Stromverbrauch. Mit unseren erheblichen Anstrengungen zur Energieeinsparung und zur Steigerung der Energieeffizienz konnten wir jedoch einen deutlicheren Anstieg des Energieverbrauchs verhindern. Der Konzernwert des CR KPI „Energieverbrauch“ errechnet sich aus der Summe der Stromverbräuche der Landesgesellschaften im Verhältnis zum konsolidierten Außenumsatz dieser Landesgesellschaften. Der hierfür berücksichtigte Umsatz der in der CR-Berichterstattung erfassten Konzerneinheiten deckte 96 Prozent des Konzernumsatzes ab.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards. Durch die Angabe unseres Stromverbrauchs als eine Quelle unseres indirekten Energieverbrauchs im Verhältnis zur Umsatzentwicklung im Berichtszeitraum decken wir den GRI-Indikator EN 4 (Indirekter Energieverbrauch) teilweise, die EFFAS-Kennzahlen E01-02 (Spezifischer Energieverbrauch) vollständig und E01-01 (Gesamtenergieverbrauch) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CR KPI „Energieverbrauch“ Deutsche Telekom Konzern. a)



	2009	2010	2011	2012 ✓
Umsatz in Mrd. €	57,6	58,4	55,4	**55,7**
Stromverbrauch in Tsd. MWh	6 049,2	6 262,6	6 409,4	**6 636,8**

CR 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".

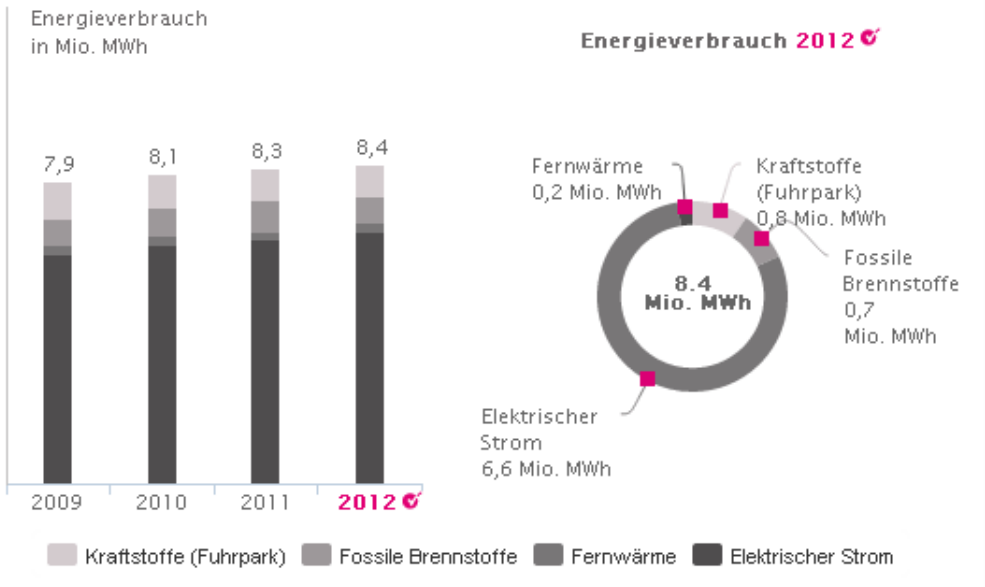
a) Berechnung unter Berücksichtigung von sachgerechten Schätzungen bzw. Hochrechnungen.

GESAMT-ENERGIEVERBRAUCH.

Insgesamt hat sich der Energieverbrauch gegenüber dem Vorjahr leicht um ein Prozent erhöht. Dies ist hauptsächlich auf den erhöhten Stromverbrauch bei vielen Landesgesellschaften zurückzuführen. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Kontinuierlich wachsende Datenmengen waren eine der Ursachen für den erhöhten Stromverbrauch. Dank erheblicher Anstrengungen zur Energieeinsparung konnte ein deutlicherer Anstieg des Energieverbrauchs jedoch verhindert werden. Der Verbrauch fossiler Brennstoffe hat sich gegenüber dem Vorjahr sogar um 12 Prozent verringert. Dies ist unter anderem zurückzuführen auf Modernisierungsmaßnahmen bei Magyar Telekom sowie auf durch den relativ milden Winter bedingte Energieeinsparungen bei einigen Landesgesellschaften.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Mit der Angabe unseres Energieverbrauchs nach Primärenergiequellen decken wir die GRI-Indikatoren EN 3 (Direkter Energieverbrauch) und EN 4 (Indirekter Energieverbrauch) sowie die EFFAS-Kennzahl E01-01 (Energieverbrauch Gesamt) vollständig ab. Durch die Offenlegung des Energieverbrauchs des Fuhrparks wird weiterhin der GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 des Deutschen Nachhaltigkeitskodex (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen). Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).



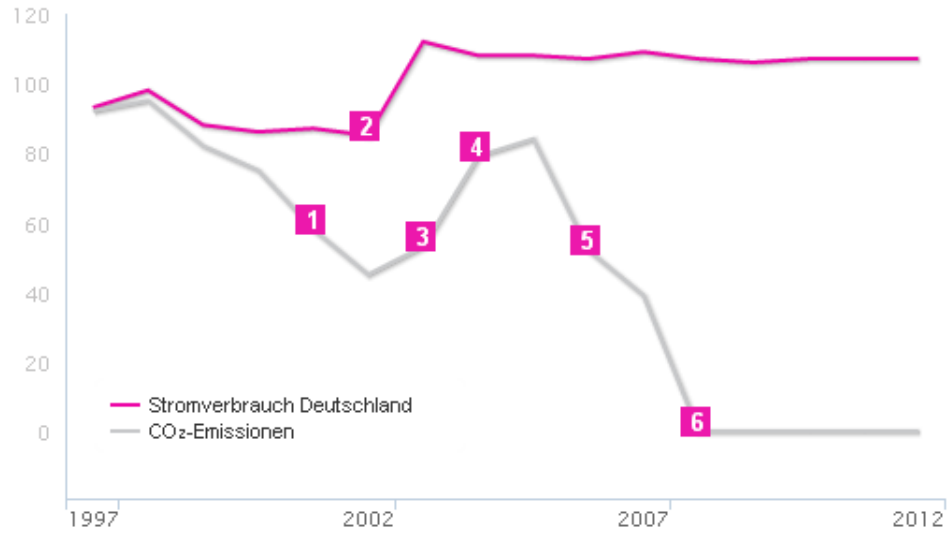
Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

ENTKOPPLUNG STROMVERBRAUCH UND CO2-EMISSIONEN.

In Deutschland konnten die aus unserem Stromverbrauch resultierenden Emissionen, wie schon in den Jahren zuvor, auf null reduziert werden. Auch im Jahr 2012 deckten wir unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen. Für den Nachweis der aus indirekten Quellen bezogenen Mengen an erneuerbaren Energien erwarben wir RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate in Höhe von 2 965 GWh.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren EN 6 (Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien) und EN 18 (Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen) teilweise sowie die EFFAS-Kennzahl E16-05 (Verbrauch erneuerbarer Energien) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 3 (Strategische Analyse, Strategie und Ziele), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Entkopplung Stromverbrauch und CO_2-Emissionen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



1 Verstärker Einkauf von Strom aus Kraft-Wärme-Kopplung (KWK)
2 Anstieg des Energieverbrauchs aus technischen Gründen
3 Energieversorger stoppen Datenangaben für Anteile KWK-Strom
4 Energieversorger stoppen Datenangaben für Strommix -> Berrechnung nach Deutschland-Mix
5 Einkauf von Strom aus erneuerbaren Quellen
6 Gesamter Strombedarf direkt oder indirekt aus erneuerbaren Quellen

CO_2-EMISSIONEN.

CR KPI „CO_2-EMISSIONEN“.

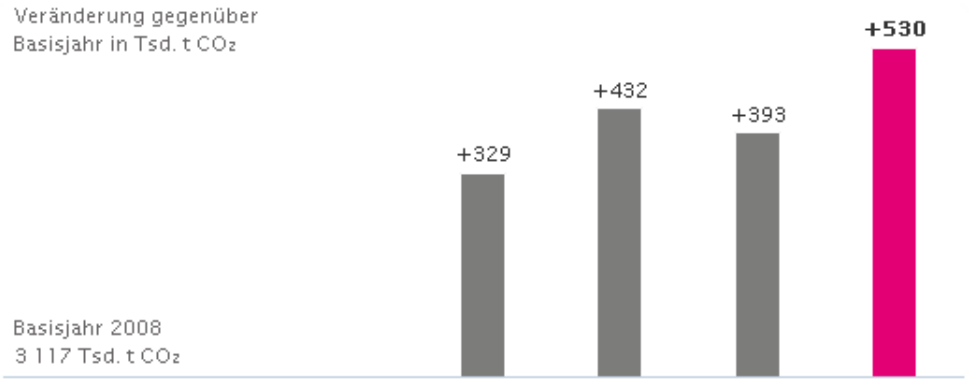
Der CR KPI „CO_2-Emissionen“ stieg gegenüber dem Vorjahr um etwa 4 Prozentpunkte sowie gegenüber dem Basiswert von 2008 um 17 Prozent. Absolut wurden 530 000 Tonnen CO_2 mehr emittiert als im Jahr 2008. Dies ergibt sich unter anderem aus der leichten Erhöhung des konzernweiten Stromverbrauchs. In der Berechnung des CR KPI „CO_2-Emissionen“ werden eingekaufte Zertifikate für erneuerbare Energien (wie zum Beispiel RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate) nicht berücksichtigt.

Die Fortschrittsmessung erfolgte im Rahmen einer umfassenden Klimaschutzstrategie der Deutschen Telekom AG. 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. Im Rahmen dieser Klimaschutzstrategie hat sich beispielsweise die Deutsche Telekom in Deutschland ein ambitioniertes Klimaziel gesetzt: Bis 2020 will sie ihre CO_2-Emissionen gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 um bis zu 30 Prozent reduzieren. Die Änderung der berichteten Werte für 2008 bis 2011 gegenüber der Darstellung im CR-Bericht 2011 ist auf die Anpassung der Berichtsgrenzen zurückzuführen. So wurde die damalige Landesgesellschaft T-Mobile UK im Wert für 2008 nicht mehr berücksichtigt. Sie wird als einzelne Gesellschaft in dieser Darstellungsform aufgrund des veränderten Beteiligungsverhältnisses nicht mehr aufgeführt. Stattdessen wurden die drei neu in der CR-Datenerfassung berücksichtigten Gesellschaften Globul (Bulgarien), Cosmote Romania (Rumänien) und AMC (Albanien) zur Berechnung der Daten der Jahre 2008 bis 2011 nachträglich aufgenommen. Weitere Änderungen sind auf einzelne Datenkorrekturen bei den zugrunde liegenden Energieverbrauchswerten für 2011 zurückzuführen. Ende 2012 veröffentlichte die International Energy Agency (IEA) veränderte Emissionsfaktoren für Emissionen aus Stromverbrauch. Dies wurde bei der Berechnung der Emissionen des Jahres 2012 berücksichtigt und trug zu einer Erhöhung der Emissionswerte bei.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.

Mit der Fortschrittsmessung durch den CR 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 den GRI-Indikator EN 16 (Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht) vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CR KPI „CO_2-Emissionen" Deutsche Telekom Konzern.



	2009	2010	2011	2012 ✓
CO_2-Emissionen in Tsd. t	3 446	3 549	3 510	3 647
Veränderung ggü. 2008 in %	+11	+14	+13	+17

Veränderungen der CO_2-Emissionen (Scope 1 & 2) bezogen auf das Basisjahr 2008. Berechnet werden die Emissionen in CO_2-Werten – auf Basis von Energie- und Kraftstoffverbrauch nach den Anforderungen des Greenhouse-Gas-Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency und des Greenhouse-Gas-Protocols.

In der Berechnung des CR KPI „CO_2-Emissionen" werden eingekaufte Zertifikate für erneuerbare Energien (wie z.B. RECS (Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate) nicht berücksichtigt.

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

CO_2-EMISSIONEN GESAMT (SCOPE 1 & 2).

Im Berichtszeitraum haben sich die Treibhausgasemissionen nach den GHG-Scopes 1 und 2 um etwa 6 Prozent erhöht. Dies ist vor allem auf eine Erhöhung der konzernweiten indirekten Scope-2-Emissionen um etwa 9 Prozent aufgrund erhöhter Stromverbräuche bei vielen Landesgesellschaften zurückzuführen. Unter anderem hat sich der Wert auch deshalb erhöht, weil die International Energy Agency (IEA) Ende 2012 grundlegend überarbeitete Emissionsfaktoren zur Errechnung der Emissionen aus Stromverbrauch veröffentlicht hat. Diese wurden bei der Berechnung der Emissionswerte 2012 zugrunde gelegt. Zudem wurden einige Landesgesellschaften wie beispielsweise Cosmote Romania neu in die Berichterstattung aufgenommen.

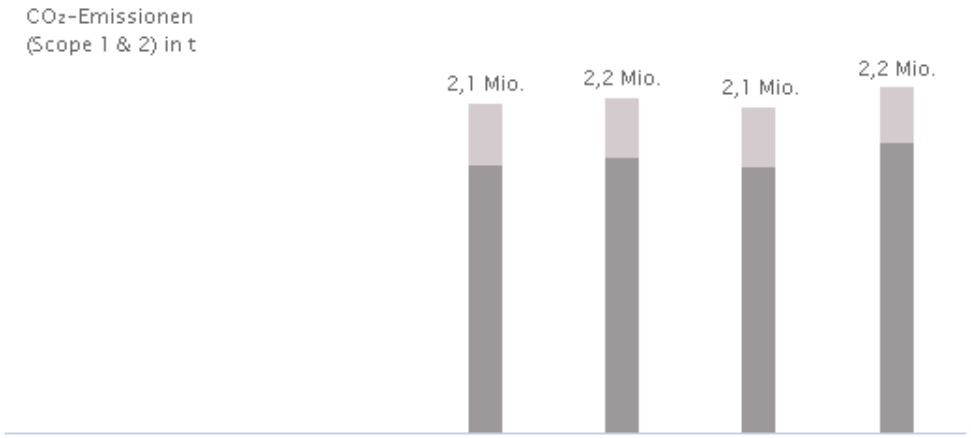
Die CO_2-Emissionswerte wurden auf Basis der verschiedenen Energie- und Kraftstoffverbräuche errechnet. Dies erfolgte nach den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol und unter Verwendung der Emissionsfaktoren der International Energy Agency (IEA) beziehungsweise der GHG Protocol Calculation Tools. Der Gesamtwert setzt sich zusammen aus direkten (Scope 1) und indirekten Emissionen (Scope 2). Veränderungen ergaben sich aus den entsprechenden Änderungen der Verbrauchswerte sowie aus überarbeiteten Emissionsfaktoren. Detaillierte Kommentare finden sich in den entsprechenden Aufschlüsselungen der direkten und indirekten Emissionen beziehungsweise der zugrunde liegenden Energie- und Kraftstoffverbräuche. In der Darstellung der konzernweiten Scope-1- und -2-Emissionen werden eingekaufte Zertifikate für erneuerbare Energien (wie zum Beispiel RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate) berücksichtigt. In der Darstellung des CR KPI „CO_2-Emissionen“ wurden diese Zertifikate hingegen nicht eingerechnet.

Im Rahmen unserer Klimaschutzstrategie strebt die Deutsche Telekom in Deutschland bis 2020 eine Reduktion der CO_2-Emissionen um bis zu 30 Prozent gegenüber den Werten aus dem Jahr 2008 an.
In Deutschland und den Niederlanden konnten die aus unserem Stromverbrauch resultierenden Emissionen, wie im Jahr zuvor, auf null reduziert werden. Auch 2012 deckten wir unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen. Für den Nachweis der aus indirekten Quellen bezogenen Mengen an erneuerbarer Energie erwarben wir RECS-Zertifikate in Höhe von circa 2 965 GWh. Außerdem konnte aufgrund von Modernisierungsmaßnahmen bei Magyar Telekom und Einsparungen in mehreren Landesgesellschaften aufgrund des milderen Winters eine Reduzierung der konzernweiten direkten Emissionen um 8 Prozent erzielt werden.

Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

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 den GRI-Indikator EN 16 (Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht) vollständig sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Gesamte Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CO_2-Emissionen Gesamt (Scope 1 & 2) Deutsche Telekom Konzern.



	2009	2010	2011	2012 ✓
CO_2-Emissionen (Scope 1) in t	398 132	392 144	387 708	356 128
CO_2-Emissionen (Scope 2) in t	1 736 456	1 775 891	1 723 073	1 879 260
CO_2-Emissionsreduktionen durch Zertifikate für erneuerbare Energien in t	1 252 171	1 295 029	1 317 464	1 411 972

In der Darstellung der konzernweiten Scope 1 und 2 Emissionen werden eingekaufte Zertifikate für erneuerbare Energien (wie z.B. RECS (Renewable Energy Certificate System)-Zertifikate) berücksichtigt, für 2012 in Höhe von ca. 3 074 GWh, was einer Emissionsreduzierung von 1 411 972 Tonnen CO_2 entspricht. In der Darstellung des CR KPI „CO_2-Emissionen" wurden diese Zertifikate hingegen nicht eingerechnet.

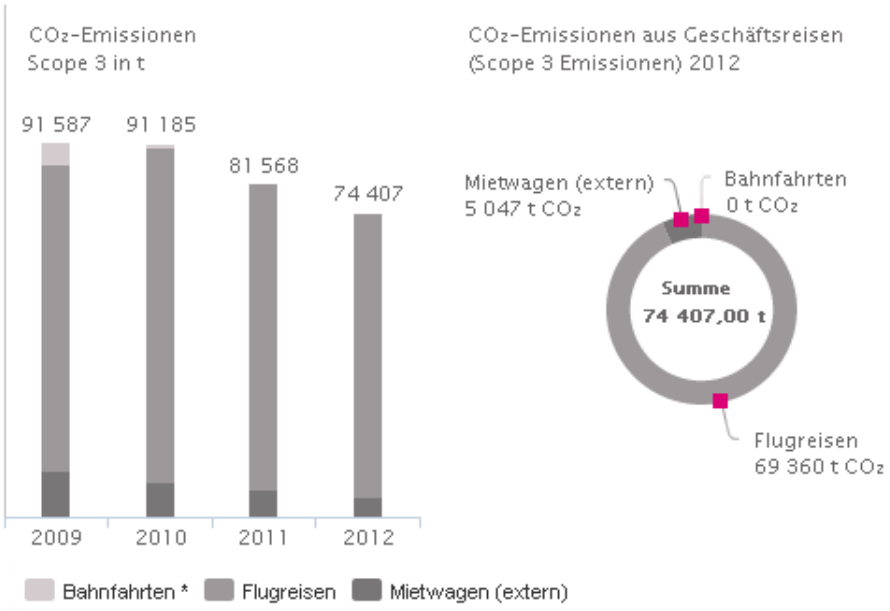
✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

CO_2-EMISSIONEN AUS GESCHÄFTSREISEN (SCOPE 3 EMISSIONEN).

Im Berichtszeitraum konnte die Deutsche Telekom wie im Vorjahr eine deutliche Reduktion der Scope-3-Emissionen erzielen. Seit dem 15. Februar 2010 besteht eine Vereinbarung mit der Deutschen Bahn AG, durch die alle Bahnfahrten unserer Beschäftigten klimaneutral gestellt werden. Darüber hinaus konnten wir auch die Emissionen aus Flugreisen sowie externen Mietwagen deutlich reduzieren. Die Reduktion der Scope-3-Emissionen ist Teil der Klimaschutzstrategie der Deutschen Telekom, deren Ziel eine systematische Minimierung aller CO_2-Emissionen (Scope 1–3) ist.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator EN 16 (Gesamte direkte und indirekte Treibhausgasemissionen nach Gewicht) sowie die EFFAS-Kennzahl E02-01 (Gesamte Treibhausgasemissionen Scope 1-3) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) sowie 13 (Treibhausgasemissionen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CO_2-Emissionen aus Geschäftsreisen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland (Scope 3 Emissionen).



*Ab dem 15.02.2010 sind alle Geschäftsreisen mit der Deutschen Bahn CO₂-frei (klimaneutral).

MOBILITÄT.

ANZAHL FAHRZEUGE.

Die Gesamtzahl unserer Fahrzeuge ging gegenüber 2011 um etwa 5 Prozent zurück. Maßgeblich trug hierzu unter anderem T-Mobile USA durch die Reduzierung des Bestands von Benzinfahrzeugen bei. Zudem wurde eine Flottenoptimierung bei Slovak Telekom durchgeführt. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Insgesamt ging der Anteil an Dieselfahrzeugen im Flottenbestand um etwa 6 Prozent zurück. Dies ist auf die reduzierte Anzahl an dieselbetriebenen Dienst- und Geschäftsfahrzeugen bei vielen Landesgesellschaften zurückzuführen. Auch die Gesamtzahl der Fahrzeuge mit alternativem Antrieb reduzierte sich deutlich um etwa 22 Prozent. Grund hierfür ist der stark verringerte Bestand an Erdgasfahrzeugen, verursacht durch mangelnde Herstellerangebote in den benötigten Fahrzeugkategorien sowie den weiterhin schleppenden Ausbau der Tankstelleninfrastruktur. Dessen ungeachtet versuchen wir laufend, die Umweltauswirkungen unseres Mobilitätsbedarfs zu verringern und auf dem Weg zu einer klimaschonenden Mobilität substanziell voranzukommen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Logistik und Transport werden bei der Telekom durch Dienstleister wahrgenommen. Ökologische Auswirkungen, die aus den Transporten resultieren, werden durch vertragliche Regelungen mit Dienstleistern beeinflusst. Mit der zusätzlichen Angabe unserer Fuhrparkdaten decken wir den GRI-Indikator EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Anzahl Fahrzeuge Deutsche Telekom Konzern.

	2009	2010	2011	2012
Anzahl Fahrzeuge Gesamt	**44 130**	**46 838**	**45 262**	**43 411**
Anzahl Diesel Fahrzeuge	36 114	38 108	37 005	34 931
Anzahl Benzin Fahrzeuge	7 374	8 294	7 958	8 247
Anzahl Alternative Fahrzeuge	642	436	299	233
Anzahl Geschäftsfahrzeuge	13 290	15 152	15 645	15 287
Anzahl Dienstfahrzeuge	30 840	31 686	29 617	28 124

FAHRLEISTUNG.
Im Zuge des rückläufigen Flottenbestands bei vielen Landesgesellschaften wie beispielsweise der Deutschen Telekom in Deutschland, T-HT Hrvatski Telekom oder Slovak Telekom ging auch die konzernweite Fahrleistung um etwa 4 Prozent zurück. 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 EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Fahrleistung Deutsche Telekom Konzern.

In Tsd. km.

	2009	2010	2011	2012
Fahrleistung Gesamt	**1 156 326**	**1 111 909**	**1 032 053**	**1 001 640**
Fahrleistung Geschäftsfahrzeuge	522 005	488 131	458 709	476 854
Fahrleistung Dienstfahrzeuge	634 321	623 778	573 344	524 786
Fahrleistung Fahrzeuge mit Dieselkraftstoff	995 105	946 706	872 539	854 906
Fahrleistung Fahrzeuge mit Benzinkraftstoff	147 258	155 731	153 811	141 840
Fahrleistung Alternative Fahrzeuge	13 963	9 473	5 703	4 893

KRAFTSTOFFVERBRAUCH.

In Verbindung mit dem rückläufigen Flottenbestand bei vielen Landesgesellschaften und der damit zusammenhängenden reduzierten Fahrleistung der Fahrzeuge sank auch der konzernweite Kraftstoffverbrauch um etwa 3 Prozent. Dieser Rückgang ist in erster Linie auf den verringerten Kraftstoffverbrauch bei der Deutschen Telekom in Deutschland, bei PTC sowie bei Slovak Telekom zurückzuführen. 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 EN 29 (Umweltauswirkungen des Transports) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Kraftstoffverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

In Litern.

	2009	2010	2011	2012	
Kraftstoffverbrauch Gesamt	**90 454 373**	**89 232 509**	**81 677 578**	**78 738 967**	✓
Kraftstoffverbrauch Geschäftsfahrzeuge	39 066 125	36 256 203	33 672 498	33 530 822	✓
Kraftstoffverbrauch Dienstfahrzeuge	51 388 249	52 976 307	48 005 080	45 208 145	✓
Kraftstoffverbrauch Dieselfahrzeuge	72 174 860	69 927 828	62 593 130	60 065 797	✓
Kraftstoffverbrauch Benzinfahrzeuge	17 164 184	18 473 571	18 559 375	18 165 709	✓
Kraftstoffverbrauch Alternative Antriebe	1 115 329	831 110	525 073	507 461	✓

✓ Daten durch PwC geprüft. Detaillierte Prüfkommentare siehe "DT Group in Germany" und "T-Mobile USA".

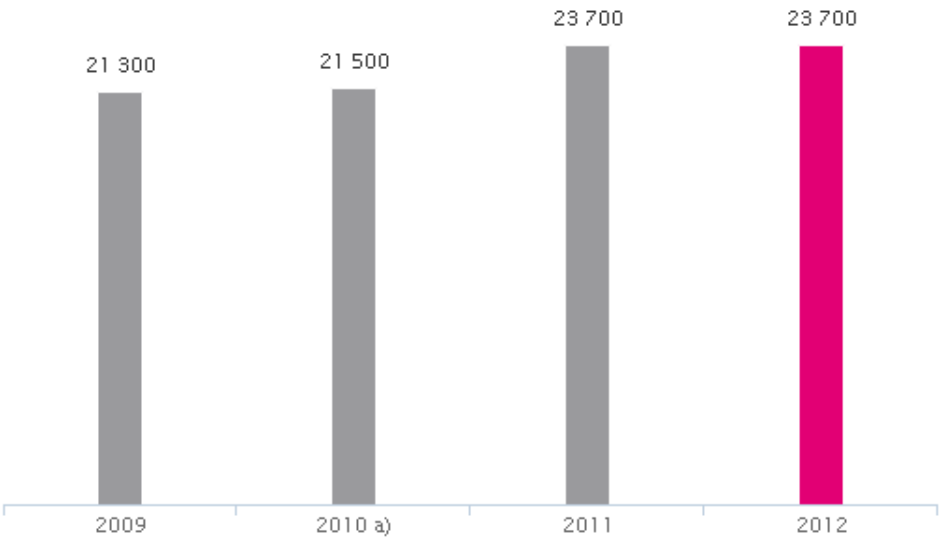
JOBTICKET.

Im Jahr 2012 nutzten rund 23 700 Beschäftigte des Telekom Konzerns in Deutschland für ihren Arbeitsweg das Jobticket – eine vergünstigte Zeitfahrkarte für den öffentlichen Nahverkehr.

Ein regionales Jobticketangebot steht unseren Mitarbeitern an vielen deutschen Telekom-Standorten insbesondere in den großen Verkehrsballungsräumen zur Verfügung. Im Berichtszeitraum haben wir einen neuen Vertrag mit dem Verkehrsverbund Ruhr-Lippe (Ballungsräume: Hamm, Lüdenscheid, Unna) geschlossen. Hierdurch werden zusätzliche Mitarbeiter in diesem Verkehrsraum ein Jobticket nutzen können. Künftig wollen wir ein Jobticketangebot auch in den Verkehrsbereichen der Städte Kassel, Siegen und Schwäbisch-Hall einführen. Dabei versuchen wir mit verschiedenen Angeboten, die Nutzung des Jobtickets für unsere Mitarbeiter noch attraktiver zu gestalten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch unsere Angaben zur Nutzung des Jobtickets decken wir den GRI-Indikator EN 18 (Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen) sowie die EFFAS-Kennzahl V04-13 (Prozentsatz an Services zur Reduktion von Klimaauswirkungen) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 2 (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie), 10 (Innovations- und Produktmanagement) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Jobticket Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



a) Seit 2010 werden die Daten als Jahresdurchschnittswert erfasst. In den vorherigen Jahren wurde der Jahresendwert aufgeführt.

Daten stammen zu 80% aus dem Online-Buchungstool für die Jobticketverwaltung. 20% der Daten werden von Verkehrsunternehmen zur Verfügung gestellt.

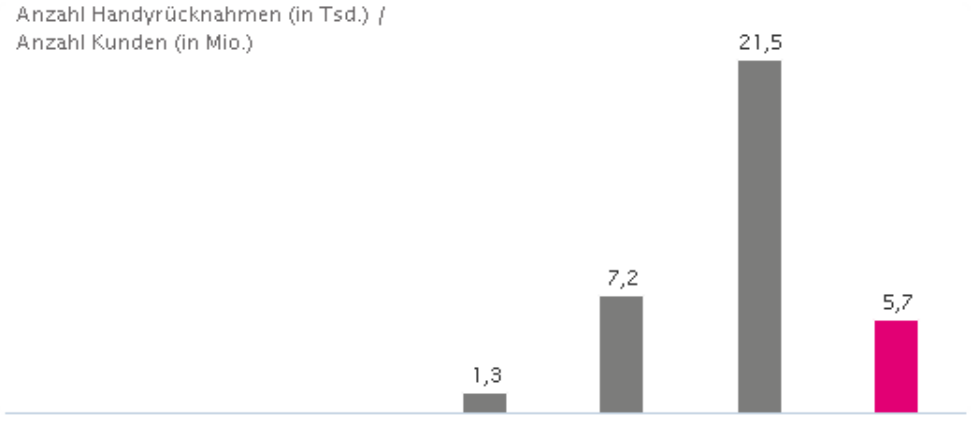
HANDY-RÜCKNAHME & ABFALL-AUFKOMMEN.

CR KPI „HANDY-RÜCKNAHME“.
Die Zahl der zurückgenommenen Handys war im Vergleich zum Vorjahr, in dem wir die Handy-Sammelaktion zugunsten von BILD hilft e.V. – „Ein Herz für Kinder“ veranstaltet hatten, rückläufig. Im Jahr 2012 konnten in Deutschland 207 543 Handys zurückgenommen werden. Konzernweit fanden verschiedene Initiativen zur Handy-Rücknahme statt.

Der CR KPI „Handy-Rücknahme“ setzt die Zahl der zurückgenommenen Handys in Tausend ins Verhältnis zur Anzahl an Mobilfunk-Kunden in Millionen. Die Erfassung der Daten erfolgt in Kilogramm oder über die Stückzahl. Detaillierte Kommentare zu den Kennzahlen der Einzelgesellschaften werden im interaktiven Tool zum Gesellschaftsvergleich dargestellt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Mit der Angabe des CR KPI „Handy-Rücknahme“ als Fortschrittsindikator für die ressourceneffiziente und umweltschonende Produktnutzung decken wir die GRI-Indikatoren EN 26 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen), PA 11 (Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung) und TA 1 (Beispiele von Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und Dienstleistungen) vollständig ab. Weiterhin wird durch die Angabe der GRI-Indikator EN 27 (Zurückgenommene Produkte und deren Verpackungen in Prozent) sowie die EFFAS-Kennzahl E14-01 (Recyclingquote) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse), 10 (Innovations- und Produktmanagement), 11 und 12 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

CR KPI „Handy-Rücknahme“ Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



	2009	2010	2011	2012 ✓
Anzahl Handyrücknahmen in Tsd.	50,46	248,88	762	207,54
Anzahl Mobilfunkkunden in Mio.	39,1	34,7	35,4	36,6

✓ Daten durch PwC geprüft. Die Berechnung der zurückgenommenen Handys enthält Hochrechnungen.

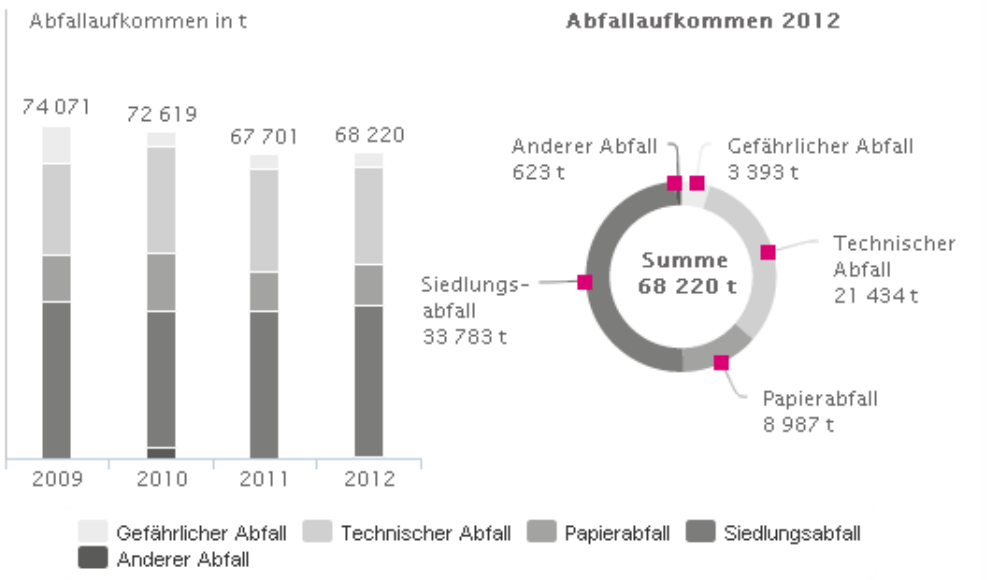
ABFALLAUFKOMMEN.

Die konzernweite Abfallmenge hat sich gegenüber 2011 geringfügig erhöht. Die Menge an konzernweiten technischen Abfällen konnte gegenüber dem Vorjahr um etwa 7 Prozent reduziert werden. Gleichzeitig erhöhte sich jedoch die Gesamtmenge an gefährlichen, nicht technischen Abfällen aufgrund eines stark erhöhten Aufkommens bei T-Systems Austria und Magyar Telekom. Außerdem erhöhte sich die Menge an „anderen Abfällen“ durch das gestiegene Aufkommen an Holzverpackungsabfällen bei der ungarischen Landesgesellschaft sowie aufgrund der Auflösung von Archiven und den damit zu entsorgenden Abfallmengen bei der österreichischen Landesgesellschaft.

Die verbliebenen Mengen wurden umweltgerecht entsorgt. Um zuvor falsch berechnete Daten für die Telekom in Deutschland korrekt zu berücksichtigen, wurden vereinzelt Werte des Jahres 2011 nachträglich geändert. 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 EN 22 (Abfall nach Art und Entsorgungsmethode) sowie die EFFAS-Kennzahl E04-01 (Gesamter Müll in Tonnen) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Abfallaufkommen Deutsche Telekom Konzern.



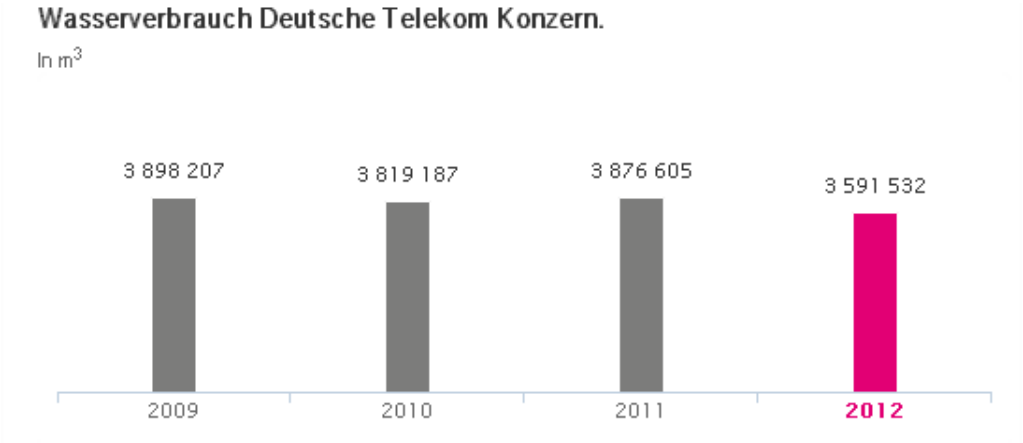
WEITERE ÖKOLOGISCHE DATEN.

WASSERVERBRAUCH.

Der Rückgang im konzernweiten Wasserverbrauch um etwa 7 Prozent ist unter anderem auf neue Wassereinsparmaßnahmen bei den Landesgesellschaften Slovak Telekom, T-Systems Mexico sowie T-Mobile USA zurückzuführen. So konnte T-Mobile USA ihren Wasserverbrauch gegenüber dem Vorjahr um 22 Prozent reduzieren.

Erfolge in ihrem Wassermanagement berichtet auch die mazedonische Landesgesellschaft MakTel: Aufgrund der Zusammenführung von drei Standorten in einen gemeinsamen Hauptsitz konnte MakTel den Wasserverbrauch im Berichtszeitraum um 35 367 Liter senken. 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 den GRI-Indikator EN 8 (Gesamtwasserentnahme nach Quellen) sowie die EFFAS-Kennzahl E28-01 (Gesamtwasserkonsum) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 11 (Inanspruchnahme natürlicher Ressourcen) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

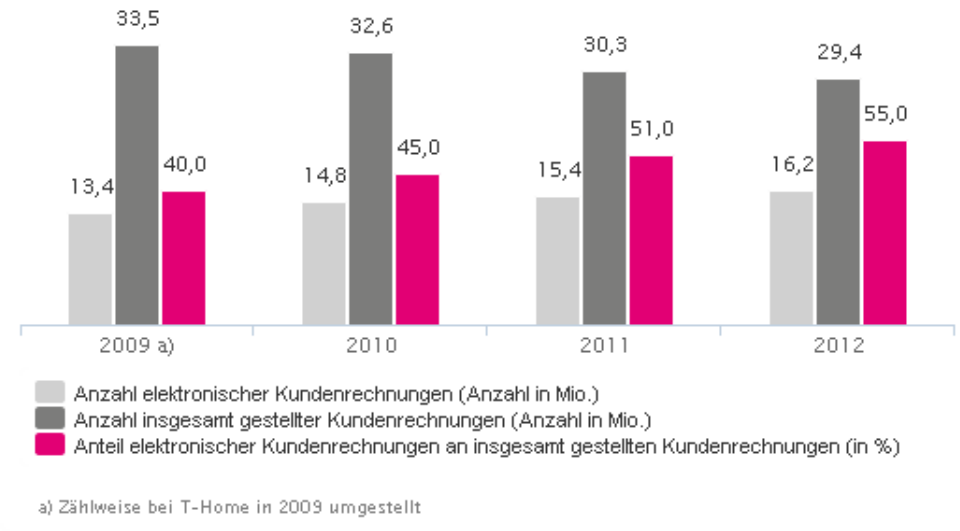


ELEKTRONISCHE KUNDENRECHNUNGEN.

2012 wurden 16,2 Millionen Kundenrechnungen elektronisch zugestellt. Dies entspricht 55 Prozent der insgesamt übermittelten Kundenrechnungen. Der Anteil der elektronischen Kundenrechnungen ist somit über die letzten vier Jahre kontinuierlich gestiegen.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch unsere Angaben zur Anzahl elektronisch übermittelter Kundenrechnungen decken wir die GRI-Indikatoren EN 26 (Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen) und TA 1 (Beispiele von Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen) vollständig sowie den GRI-Indikator EN 7 (Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs) und die EFFAS-Kennzahl V04-13 (Prozentsatz an Services zur Erhöhung der Öko-Effizienz der eigenen Produkte) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 2 (Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie) und 10 (Innovations- und Produktmanagement) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 7 (Vorsorgeprinzip) und 8 (verantwortungsvoller Umgang mit der Umwelt).

Elektronische Kundenrechnungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



a) Zählweise bei T-Home in 2009 umgestellt

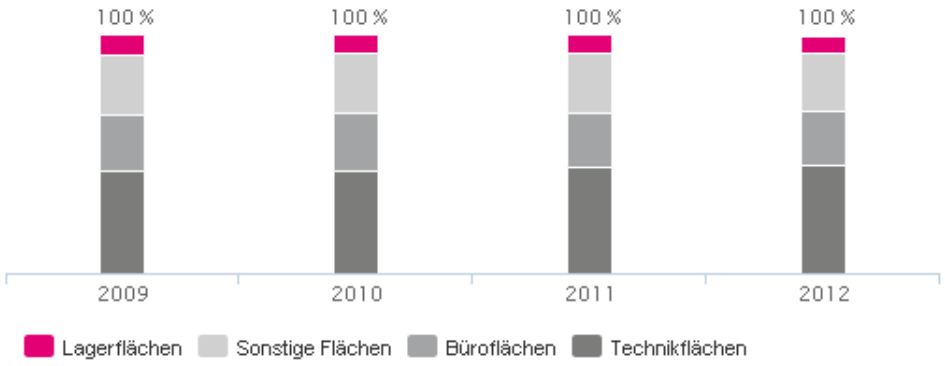
FLÄCHENNUTZUNG.

Die von der Deutschen Telekom in Deutschland genutzten Grundstücke decken den wesentlichen Bedarf an Technik-, Büro-, Lager- und sonstigen Flächen. Mit insgesamt 8 960 339 Quadratmetern ist die Summe genutzter Flächen im Jahr 2012 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).

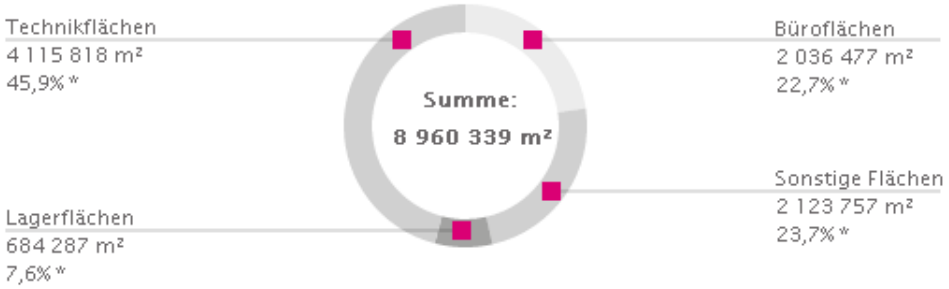
Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Prozent.



Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.

Flächennutzung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Bei den Einzelwerten handelt es sich um gerundete Werte.

GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT.

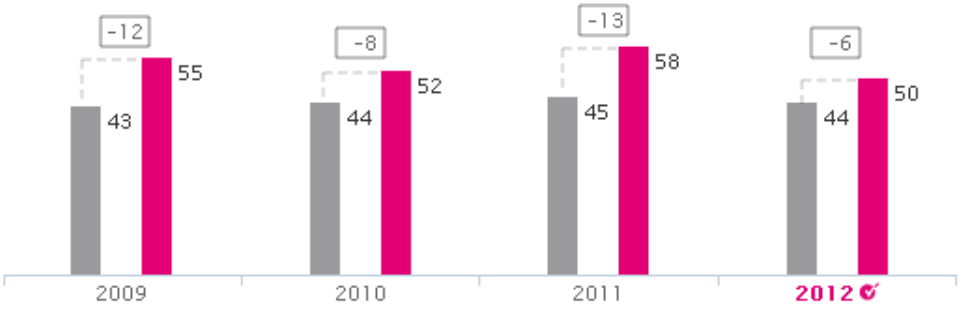
CR KPI „GESELLSCHAFTLICHES ENGAGEMENT“.
TDer CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ stellt die Differenz dar, die zwischen der Einschätzung der Bedeutung des gesellschaftlichen Engagements und der Wahrnehmung der tatsächlichen Leistung der Deutschen Telekom in diesem Bereich besteht. Die Wahrnehmung des CR-Engagements der Deutschen Telekom Gruppe in Deutschland ist im Jahr 2012 um einen Prozentpunkt gesunken. Gleichzeitig sank die Einschätzung der Wichtigkeit des gesellschaftlichen Engagements in der Öffentlichkeit deutlich von 58 Prozent auf 50 Prozent. Die Differenz zwischen Wichtigkeit und Leistung verringerte sich hierdurch auf 6 Prozentpunkte.

Grundlage des CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ ist eine telefonische Exklusivbefragung von 1 000 Personen aus der deutschen Wohnbevölkerung durch TNS Infratest. Zur Ermittlung der Wichtigkeit gesellschaftlichen Engagements wurde gefragt: „Wie wichtig ist Ihnen, dass sich Unternehmen gesellschaftlich engagieren?“.

Die Kennzahl beinhaltet die Anzahl der Befragten, die hierauf mit „äußerst wichtig“ oder „sehr wichtig“ antworteten. Zur Erfassung der Performance der Deutschen Telekom Gruppe in Deutschland wurden den Befragten die Namen mehrerer Unternehmen vorgelesen mit der Aufforderung, die Frage, ob diese Unternehmen sich gesellschaftlich engagierten, mit „ja“ oder „nein“ zu beantworten. Die Kennzahl enthält den Anteil der Befragten, die für die Deutsche Telekom Gruppe in Deutschland mit „ja“ antworteten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Mit der Angabe des CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ als Fortschrittsindikator für die Wirkung unseres gesellschaftlichen Engagements decken wir den GRI-Indikator SO 1 (Auswirkungen auf das Gemeinwesen) teilweise ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für die Kriterien 18 (Gemeinwesen) und 7 (Regeln und Prozesse) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

CR KPI „Gesellschaftliches Engagement“ Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



Leistung: Prozentualer Anteil der Befragten, welche die Deutsche Telekom als sozial engagiertes Unternehmen werteten (in %).
Wichtigkeit: Prozentualer Anteil der Befragten, die gesellschaftliches Engagement von Unternehmen als "wichtig" bzw. "äußerst wichtig" einstuften (in %).
CR KPI "Gesellschaftliches Engagement": Differenz zwischen Wichtigkeit und Leistung der Deutschen Telekom im "Gesellschaftlichen Engagement" (Differenz in Prozentpunkten)

Daten durch PwC geprüft. Daten stammen teilweise von externen Dienstleistern.

ENGAGEMENT@TELEKOM.

Im Rahmen der internationalen Implementierung von engagement@telekom wurden 2012 erstmals Indikatoren zum freiwilligen Engagement (Corporate Volunteering) der Beschäftigten erfasst. Neben der Anzahl der im Jahr 2012 initiierten Projekte und der Zahl der freiwilligen Helfer wurde auch die Menge der geleisteten Arbeitsstunden ermittelt. Teilweise beruhen die Daten auf Hochrechnungen von Durchschnittswerten. Die gelieferten Daten zeigen ein breites Engagement in der Mehrheit der Landesgesellschaften.

engagement@telekom.

	2012
Anzahl durchgeführte Volunteering Projekte	380
Anzahl Volunteers (Mitarbeiter)	14 829
Geleistete Arbeitsstunden	83 564

MITARBEITERZUFRIEDENHEIT.

CR 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 Jahre stattfindenden Mitarbeiterbefragungen in den Landesgesellschaften statt und dient bei der Definition von Zielvorgaben als Grundlage. 2010 fand die erste Messung statt.

In der Befragung aus dem Jahr 2012 zeigte sich eine deutliche Steigerung in der Zufriedenheit unserer Mitarbeiter mit unserem CR-Engagement. Im Jahr 2012 wurde zum Beispiel die Aktionsreihe „Nachhaltigkeit zum Frühstück“ gestartet. Dazu verteilte der Corporate-Responsibility-Bereich der Deutschen Telekom an den verschiedenen Unternehmensstandorten Frühstücksboxen, die mit ihren Inhalten einen Einblick in die vielseitigen Beiträge des Unternehmens zum Thema Nachhaltigkeit gewährten. Eine Fortführung der Aktionsreihe ist für 2013 geplant. Darüber hinaus leisten viele Mitarbeiter der Telekom ihren ganz persönlichen gesellschaftlichen Beitrag durch Freiwilligenarbeit und füllen damit die CR-Strategie des Unternehmens mit Leben. Konzernweit setzen sich unsere Mitarbeiter zum Beispiel für eine saubere Umwelt und für den Schutz von Natur und Klima ein. Für detailliertere Informationen zu Corporate Volunteering & Corporate Giving siehe Kapitel Gesellschaft.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards. Die Angabe ist relevant für die Kriterien 7 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte und Vielfalt) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit) und 6 (Beseitigung von Diskriminierung).

CR KPI "Mitarbeiterzufriedenheit CR" Deutsche Telekom Konzern.



Die Deutsche Telekom nimmt ihre Verantwortung im Hinblick auf gesellschaftliches und ökologisches Engagement gut wahr (in %).
Ich identifiziere mich mit dem gesellschaftlichen und ökologischen Engagement der Deutschen Telekom (in %).

Daten durch PwC geprüft. Daten stammen von externen Dienstleistern. Werte sind nicht direkt mit dem Vorjahr vergleichbar, da sich die Grundgesamtheit durch neu teilnehmende Landesgesellschaften verändert hat.

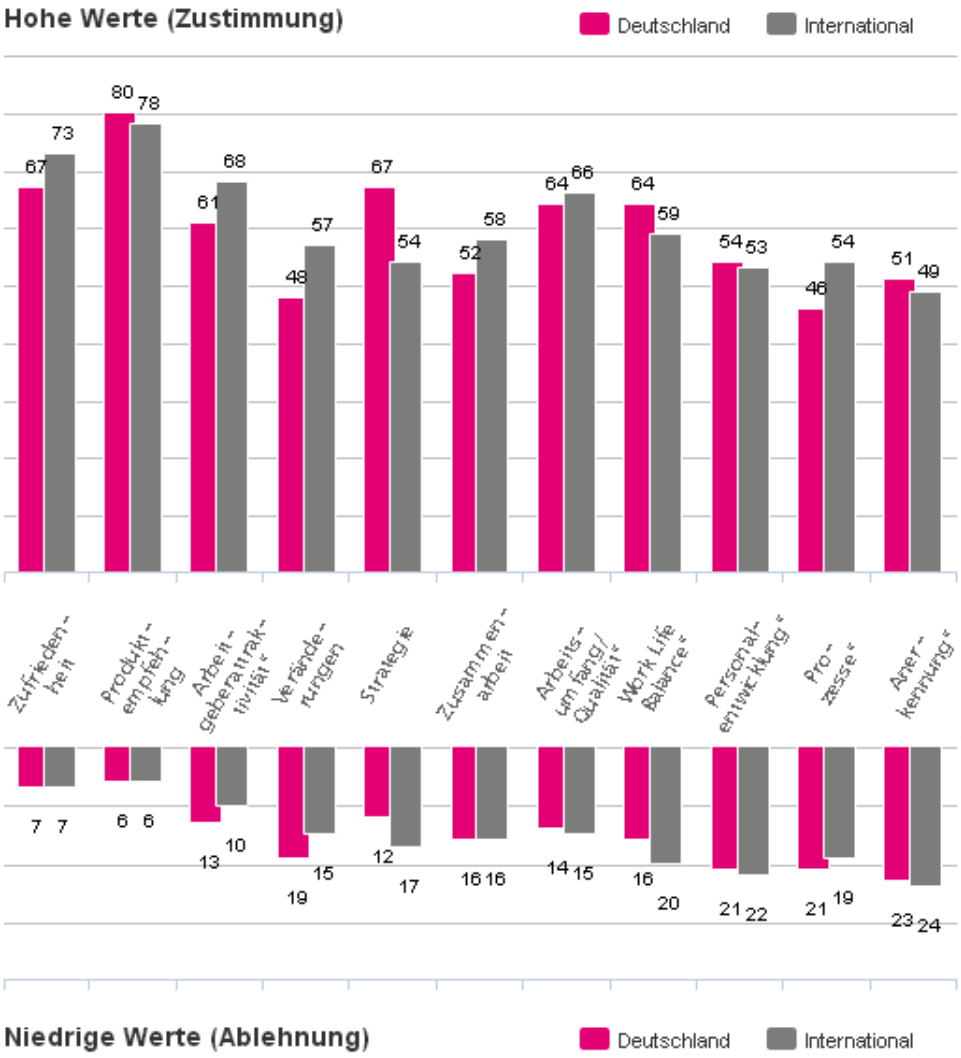
PULS-CHECK.

Auch 2012 konnten in der Pulsbefragung zur Mitarbeiterzufriedenheit sehr gute Werte erzielt werden. Konzernweit nahmen über 76 Prozent der Mitarbeiter daran teil. In neun von elf Themen verbesserten sich die Werte im Vergleich zum Vorjahr. Knapp 70 Prozent antworteten positiv auf die Frage, wie sie sich im Unternehmen fühlen. Die Zufriedenheit mit unseren Produkten lag auch 2012 auf hohem Niveau: 78 Prozent der befragten Mitarbeiter empfahlen unsere Produkte und Dienstleistungen in ihrem privaten Umfeld, bei der Telekom in Deutschland lag dieser Anteil sogar bei 80 Prozent.

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).

Pulsbefragung mit sehr guten Ergebnissen.

Ergebnisse konzernweite Pulsbefragung, Oktober/November 2012, in Prozent.



Beste Werte = hervorragend, gut / sehr einverstanden, einverstanden.
Niedrige Werte = schlecht, sehr schlecht / nicht einverstanden, überhaupt nicht einverstanden.
Teils-teils-Bewertungen nicht abgebildet.

Erläuterung zu den gestellten Fragen:
Zufriedenheit = Wie fühlen Sie sich in unserem Unternehmen?
Produktempfehlung = Ich empfehle die Produkte und/oder Dienstleistungen unseres Unternehmens gegenüber potenziellen Kunden in meinem privaten Umfeld weiter.
Arbeitgeberattraktivität = Ich würde unser Unternehmen als attraktiven Arbeitgeber weiterempfehlen.
Veränderungen = Die Veränderungen in unserem Unternehmen sind für mich nachvollziehbar.
Strategie = Die Strategie der Deutschen Telekom kann ich anderen erklären.
Zusammenarbeit = Ich erlebe, dass wir innerhalb der Deutschen Telekom im Interesse des 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.
Entwicklung = Für meine berufliche Entwicklung gibt es in unserem Unternehmen ausreichend Fort- und Weiterbildungsmöglichkeiten.
Prozesse = Die vorhandenen Prozesse, IT-Tools und Arbeitsabläufe ermöglichen es mir, die Bedürfnisse meiner Kunden (intern und/oder extern) effektiv zu erfüllen.
Anerkennung = Wenn ich an all die erbrachten Leistungen und Anstrengungen denke, halte ich die erfahrene Anerkennung für angemessen.

DIVERSITY & ALTERSVORSORGE.

FRAUEN IM KONZERN.

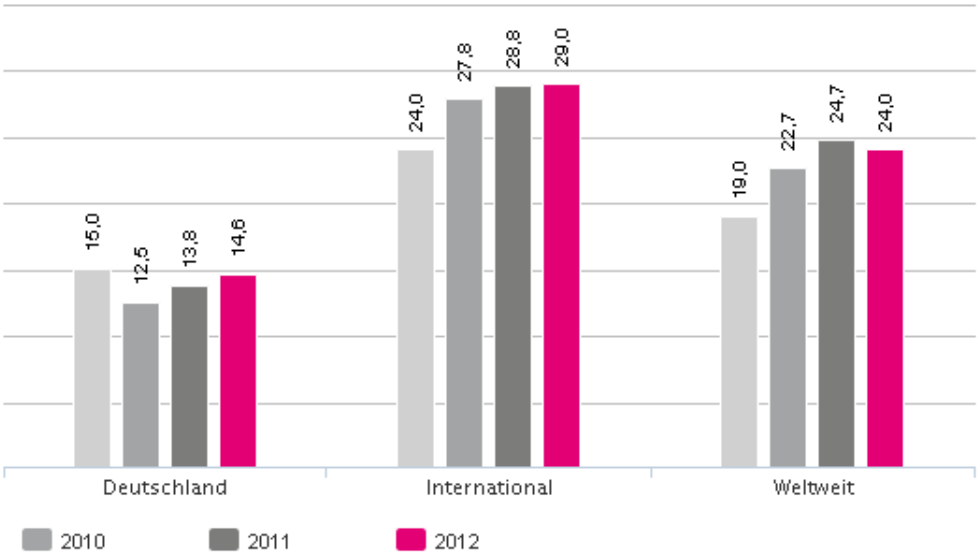
Im Rahmen der Einführung einer Frauenquote konnte 2012 der Anteil von Frauen im mittleren und oberen Management sowohl in Deutschland als auch international (ohne Deutschland) erhöht werden. Im Vergleich zu Dezember 2011 sank der Frauenanteil in Führungspositionen leicht um 0,7 % aufgrund von Umstrukturierungen (inkl. Verkäufen) bei T-Mobile USA. In allen anderen Segmenten konnte der Anteil wie in den Vorjahren gesteigert werden.

Bis Ende 2015 sollen 30 Prozent der oberen und mittleren Führungspositionen mit Frauen besetzt sein. Die Regelung gilt für alle Landesgesellschaften der Telekom.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe des Prozentsatzes von Frauen im mittleren und oberen Management decken wir den GRI-Indikator LA 13 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) und die EFFAS-Kennzahl S10-01 (prozentualer Frauenanteil an der gesamten Belegschaft) teilweise sowie die EFFAS-Kennzahl S10-02 (Anteil von Frauen in Führungspositionen) vollständig ab. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des D eutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Frauen im mittleren und oberen Management.

In Prozent.

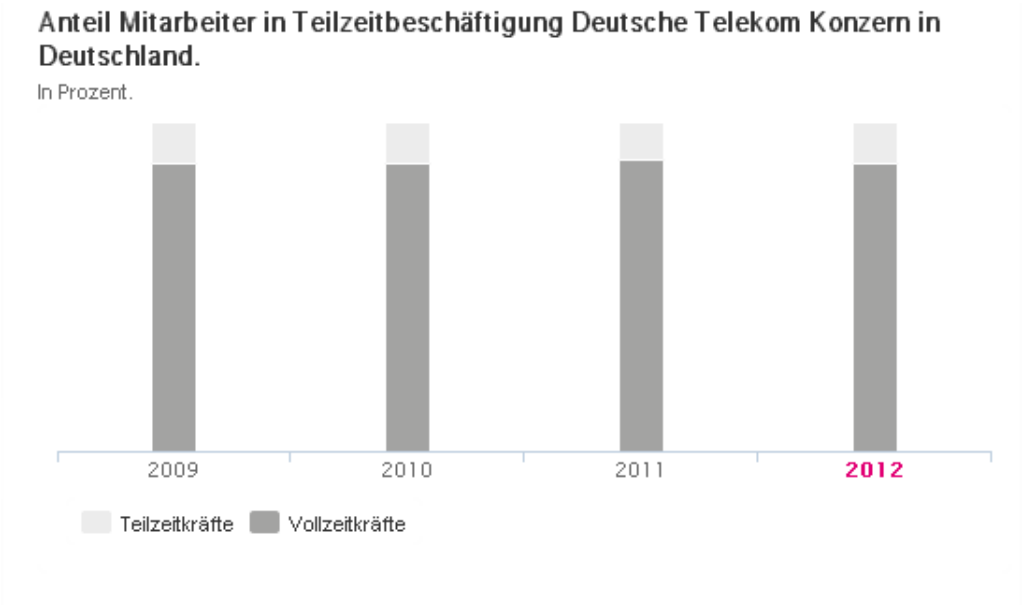


Abweichungen gegenüber dem bisherigen Reporting entstehen durch Rückrechnungen (Restatements), die bis ins Jahr 2011 zurückreichen. Diese Restatements resultieren aus organisatorischen Veränderungen im Konzern (EUREKA/Telekom IT: Verlagerungen von Konzernzentrale/Shared Services und OS Deutschland nach T-Systems; DBU: Verlagerung von OS Deutschland nach Konzernzentrale/Shared Services; GTN: Verlagerung von Konzernzentrale/Shared

MITARBEITER IN TEILZEIT.

Der Anteil der Beschäftigten in Teilzeit belief sich 2012 auf etwa 12 Prozent und hat sich damit gegenüber den Vorjahren um etwa einen Prozentpunkt erhöht.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 14 (Arbeitnehmerrechte) und 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne der Global Compact-Prinzipien 3 (Vereinigungsfreiheit und Recht auf Tarifverhandlungen) und 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).



MENSCHEN MIT BEHINDERUNG.

Die Förderung und Integration von Menschen mit Behinderungen ist uns ein wichtiges Anliegen. Der Anteil schwerbehinderter Beschäftigter im Konzern in Deutschland lag 2012 mit 6,4 Prozent deutlich über der gesetzlichen Quote von 5 Prozent. Seit 2009 steigt der Wert kontinuierlich weiter an.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe ist der GRI-Indikator LA 13 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) teilweise abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

Menschen mit Behinderungen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

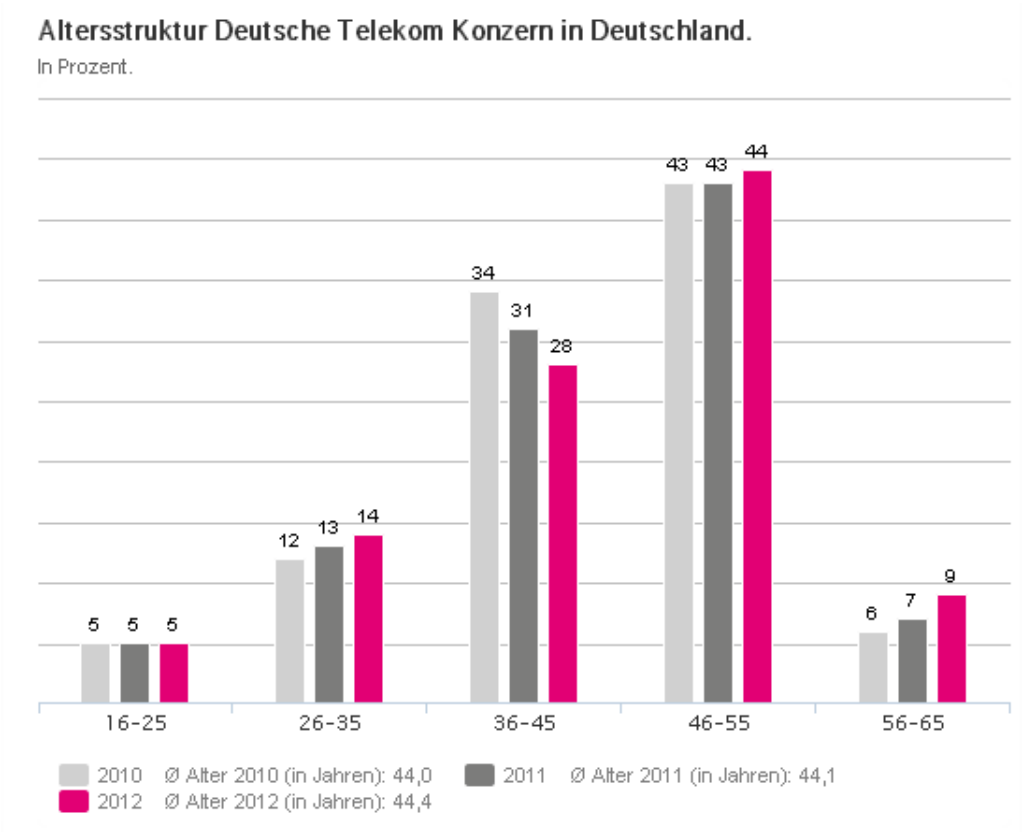
Nach operativen Segmenten.

	2009	2010	2011	2012
OS Deutschland	6,3%	6,6%	6,7%	7,1%
T-Systems	3,6%	3,7%	3,8%	4,1%
Konzernzentrale und Shared Services	7,7%	7,9%	8,1%	7,6%
Konzern gesamt in Deutschland	**6,0%**	**6,2%**	**6,3%**	**6,4%**

ALTERSSTRUKTUR.

Die Altersstruktur der Telekom in Deutschland hat sich 2012 gegenüber dem Vorjahr nicht wesentlich verändert. Der Großteil unserer Beschäftigten gehört der Altersgruppe der 46- bis 55-Jährigen an. Einen im Dreijahrestrend recht deutlichen Rückgang verzeichneten wir in der Altersgruppe zwischen 36 und 45. Dort sank der Anteil der Beschäftigten von 34 über 31 auf zuletzt 28 Prozent. Im Segment der 56- bis 65-Jährigen stieg der Wert gegenüber dem Vorjahr von 7 auf 9 Prozent.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe ist der GRI-Indikator LA 13 (Zusammensetzung der leitenden Organe und der gesamten Belegschaft) teilweise sowie die EFFAS-Kennzahl S03-01 (Altersverteilung der Belegschaft) vollständig abgedeckt. Die Angabe ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex. Sie dient außerdem unserer Berichterstattung im Sinne des Global Compact-Prinzips 6 (Beseitigung von Diskriminierungen).

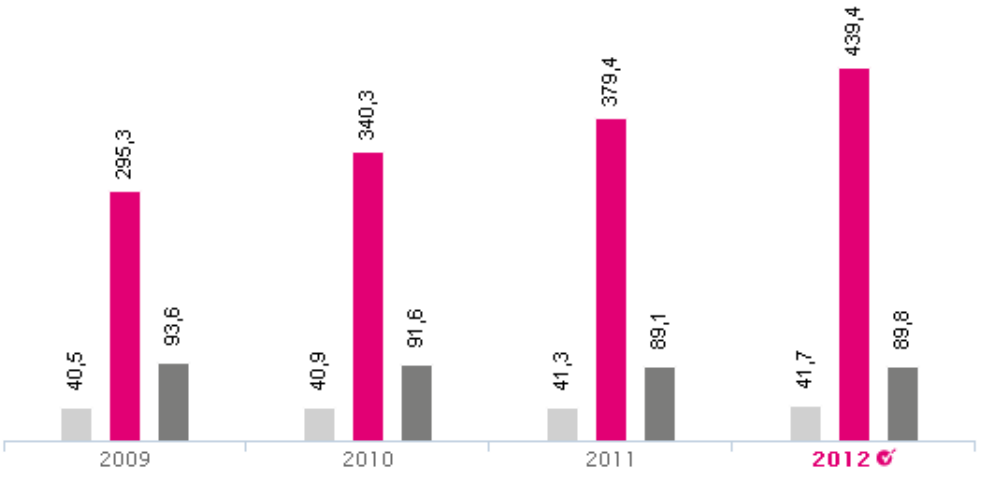


BETRIEBLICHE ALTERSVORSORGE.

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.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe wird der GRI-Indikator EC 3 (Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen) vollständig abgedeckt.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



*Das Volumen umfasst das Vermögen des Telekom-Pensionsfonds im Pensionsplan 2001.

Geprüft durch PwC: nur Anzahl Planteilnehmer Telekom Pensionsfond und Fondsvermögen Telekom Pensionsfond.

AUS- & WEITERBILDUNG.

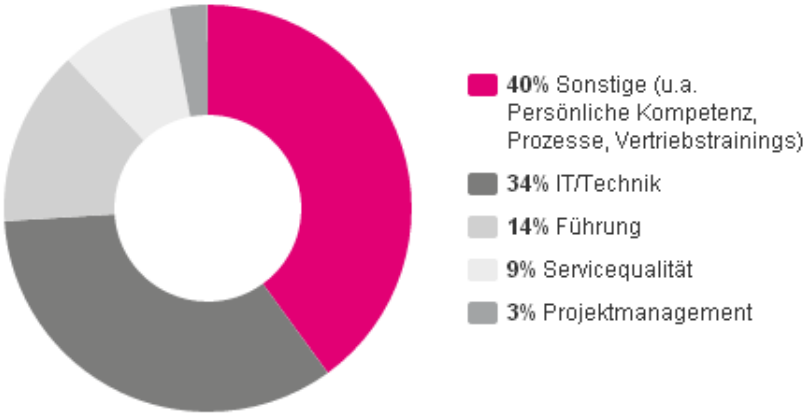
WEITERBILDUNG TELEKOM TRAINING.

2012 wurden im Rahmen der Weiterbildungsmaßnahmen der Deutschen Telekom in Deutschland 87 074 Seminare mit 281 555 Teilnehmern durchgeführt. Entsprechend der absolvierten Teilnehmertage entfielen im Berichtszeitraum durchschnittlich 5,9 Qualifizierungstage auf jeden Mitarbeiter. Darüber hinaus wurden 699 500 webbasierte Trainings durchgeführt.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe decken wir die GRI-Indikatoren LA 10 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) und LA 11 (lebenslanges Lernen) sowie die EFFAS-Kennzahl S02-02 (Aufwendungen für Weiterbildung pro Mitarbeiter) teilweise ab. Weiterhin entsprechen wir durch die Angabe dem Kriterium 16 (Weiterbildung und Beschäftigungsfähigkeit) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Weiterbildung Telekom Training Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Deutschland. Anteile der Themenbereiche, Stand: 31.12.2012.



Seminare: **37 074**
Teilnehmer: **281 555** (jeder MA Ø zwei Teilnahmen)
Teilnehmertage: **698 096**
Ø Anzahl Qualifizierungstage je Teilnehmer: **2,5**; je Mitarbeiter: **5,9**
Anzahl durchgeführter webbasierter Trainings (Content Usages auf interner E-Learning-Plattform): **699 5**

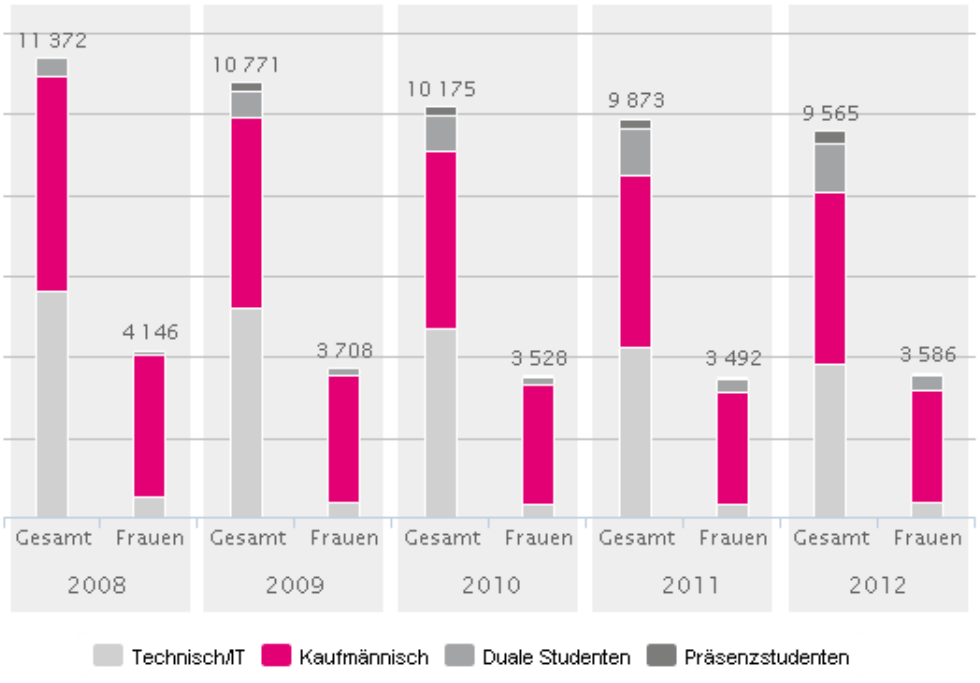
AUSZUBILDENDE UND BERUFSFELDER.

Die Zahl der Auszubildenden (einschließlich Studenten) ging von 9 873 im Vorjahr auf 9 565 leicht zurück. Bei den weiblichen Auszubildenden stieg sie hingegen von 3 492 auf 3 586.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe decken wir den GRI-Indikator LA 10 (Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter) teilweise ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Auszubildende und Berufsfelder Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Gesamt und Anteil Frauen, Konzern Deutsche Telekom in Deutschland.



Beispiel kaufmännische Berufe: Kaufleute für Bürokommunikation, Kaufleute im Einzelhandel bzw. für Dialogmarketing, Industriekaufleute.
Beispiel duale Studiengänge: Bachelor in Business Administration, Telekommunikationsinformatik, Wirtschaftsinformatik.

MITARBEITERGESUNDHEIT.

GESUNDHEITSQUOTE.
Die Gesundheitsquote der Telekom in Deutschland blieb im Vierjahresvergleich mit gut 94 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 LA 7 (Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Gesundheitsquote Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Konzernsegmente in Deutschland, 2009 bis 2012 in Prozent.

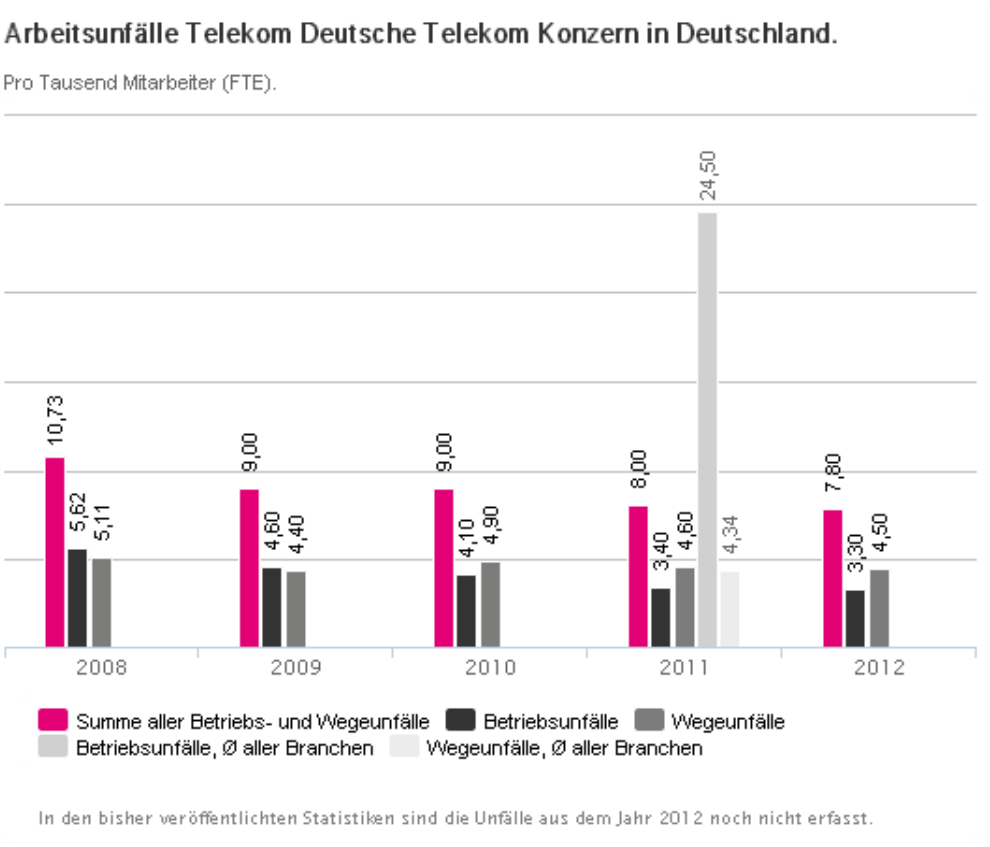
	2009	2010	2011	2012
OS Deutschland	93,3	93,4	93,5	93,6
OS Europa	97,4	97,8	97,7	97,3
T-Systems	96,4	96,5	96,2	96,3
Konzernzentrale und Shared Services	94,0	94,3	94,4*	94,5
Konzern gesamt	**94,0**	**94,2**	**94,1**	**94,2**

*Wert im Vergleich zum letztjährigen Personalbericht korrigiert, da dort die Anteile der Bereiche Vivento, Vivento Customer Services und CTIO mit eingerechnet waren. Der korrigierte Wert berichtet die Gesundheitsquote ohne Vivento, Vivento Customer Services und CTIO. Im Gesamtkonzernwert sind die drei Bereiche enthalten.

ARBEITSUNFÄLLE.

Gegenüber dem Vorjahr konnte die Quote aller Betriebs- und Wegeunfälle von 8 auf 7,8 Unfälle pro 1 000 Mitarbeiter gesenkt werden. Erfreulicherweise kam es im Berichtszeitraum zu keinem tödlichen Unfall.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
In Verbindung mit der Angabe der Arbeitsunfälle deckt die Angabe zur Gesundheitsquote den GRI-Indikator LA 7 (Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit) vollständig ab. Die Kennzahl ist weiterhin relevant für das Kriterium 15 (Vielfalt und Gesundheitsschutz) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.



MITARBEITERZAHLEN.

ENTWICKLUNG DER MITARBEITERZAHLEN WELTWEIT.
Auch 2012 ging die Mitarbeiterzahl gegenüber den Vorjahren weiter zurück. Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur weltweiten Entwicklung der Mitarbeiterzahlen die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab. Weiterhin wird die EFFAS-Kennzahl S01-01 (ausscheidende Mitarbeiter) teilweise abgedeckt.

Entwicklung der Mitarbeiterzahl weltweit.

Nach operativen Segmenten, in Mitarbeitern (FTE).

	2008	2009	2010	2011	2012
OS* Deutschland	85 637	81 336	76 478	69 574	**67 497**
OS Europa	18 255	17 631	12 108	58 794 **	**57 196** **
SEE	20 885	53 532	51 230	**	**
T-Systems	45 862	46 021	47 707	52 170	**52 847**
USA	38 031	40 697	37 760	32 868	**30 288**
Konzernzentrale und Shared Services	19 077	20 703	21 494	21 726	**21 858**
Konzern gesamt	227 747	259 920	246 777	235 132	**229 686**

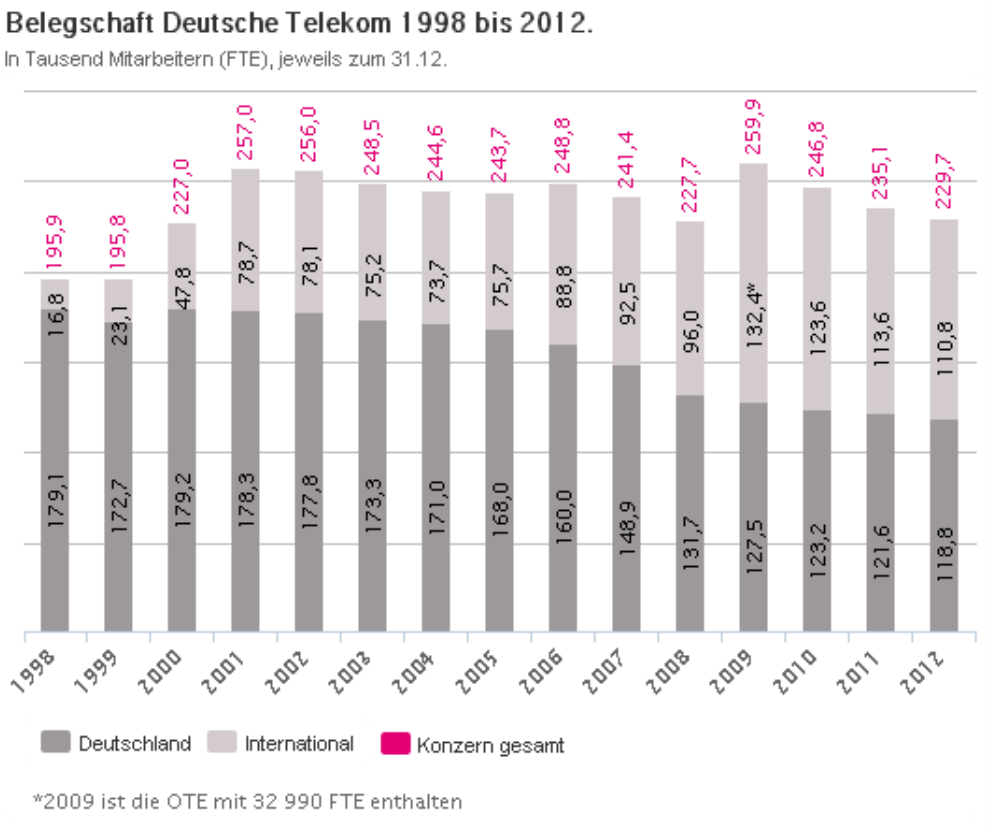
*Operatives Segment **ab 2011 Europa inkl. SEE

Abweichungen gegenüber dem bisherigen Reporting entstehen durch Rückrechnungen (Restatements), die bis ins Jahr 2011 zurückreichen. Diese Restatements resultieren aus organisatorischen Veränderungen im Konzern (EUREKA/Telekom IT: Verlagerungen von Konzernzentrale/Shared Services und OS Deutschland nach T-Systems; DBU: Verlagerung von OS Deutschland nach Konzernzentrale/Shared Services; GTN: Verlagerung von Konzernzentrale/Shared Services nach Europa).

BELEGSCHAFT DEUTSCHE TELEKOM 1998 BIS 2012.

Auch 2012 ging die Anzahl der Belegschaft gegenüber den Vorjahren weiter zurück. Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zu den Mitarbeitern im Konzern deutschlandweit beziehungsweise international die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab. Weiterhin wird die EFFAS-Kennzahl S01-01 (ausscheidende Mitarbeiter) teilweise abgedeckt.



ANTEIL BEAMTE KONZERNBELEGSCHAFT.

Vor dem Hintergrund der allgemeinen Mitarbeiterentwicklung hat sich 2012 auch die Zahl der Beamten in Deutschland von 40 828 im Vorjahr auf 38 224 Vollzeitstellen verringert. Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zum Anteil von Beamten an der Konzernbelegschaft die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.

Anteil Beamte Konzernbelegschaft Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

In Mitarbeitern (FTE).

	2008	2009	2010	2011	2012
Aktive Beamte	32 113	29 188	25 570	23 516	21 958
In sich beurlaubte Beamte (ISB)*	3 033	6 597	1 678	1 537	1 430
Beamte in Beteiligungsgesellschaften (BTG)	17 610	13 267	16 729	15 774	14 836
Summe Beamte	**52 756**	**49 052**	**43 977**	**40 828**	**38 224****
Arbeitnehmer Deutschland	78 957	78 435	79 197	80 736	80 616
Summe Beschäftigte Deutschland	**131 713**	**127 487**	**123 174**	**121 564**	**118 840**
Beamtenanteil Deutschland (in %)	40,1	38,5	35,7	33,6	32,2

*Beamte, deren Beamtenverhältnis ruht. Sie sind vorübergehend in ein außertarifliches Angestelltenverhältnis gewechselt.
**Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauerer Detailangaben. Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen.

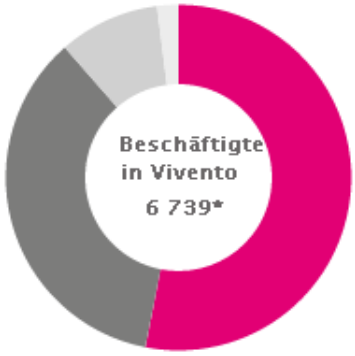
MITARBEITER VIVENTO.

Die Beschäftigtenzahl von Vivento hat sich mit 6 739 gegenüber dem Vorjahreswert von 6 853 leicht verringert. Insgesamt konnten 781 Mitarbeiter eine neue Beschäftigung finden. Unser Ziel ist es, 2013 weiteren 378 Mitarbeitern den Weg in eine neue Beschäftigung zu ermöglichen. Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
In Verbindung mit den weiteren Angaben zu den Mitarbeiterzahlen deckt die Angabe zur Zahl der Mitarbeiter bei Vivento die GRI-Indikatoren LA 1 (Angaben zur Gesamtbelegschaft) und LA 2 (Mitarbeiterfluktuation) vollständig ab.

Vivento Mitarbeiterzahlen.

Inklusive Geschäftsmodelle und Projekte.



- **3 578** Bundesagentur für Arbeit und andere externe Beschäftigungen,insbesondere im öffentlichen Sektor
- **2 391** Customer Service
- **636** konzerninterne befristete Einsätze
- **134** Deutsche Telekom Direktvertrieb und Beratung

Stammkräfte und Betreuungspersonal inkl. Vivento Customer Service: **708**
Anzahl der Mitarbeiter, die 2012 über Vivento eine neue Beschäftigung gefunden haben: **781**
Anzahl der Mitarbeiter, die 2013 über Vivento eine neue Beschäftigung finden sollen: **378**
Zugänge Mitarbeiter zu Vivento seit Gründung: **49 608**
Vivento verlassen seit Gründung: **41 380**

* Berechnung aller Angaben erfolgt auf Basis genauer Detailangaben. Evtl. auftretende Summendifferenzen sind Rundungsdifferenzen.

INSTRUMENTE ZUM SOZIALVERTRÄGLICHEN PERSONALABBAU.

2012 haben wir unsere Anstrengungen für einen sozialverträglichen Personalumbau fortgesetzt. Dabei nutzten wir weltweit bewährte Instrumente zum freiwilligen Ausscheiden aus dem Unternehmen. Weiterführende Informationen finden sich in unserem Personalbericht.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Die Kennzahl ist relevant für die Kriterien 6 (Regeln und Prozesse) und 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

Instrumente zum sozialverträglichen Personalabbau Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Personalabgänge in Mitarbeitern (FTE).

	2008	2009	2010	2011	2012
Vorruhestand Beamte	2 779	2 788	3 947	2 564	2 266
Vorruhestand Arbeitnehmer	218	468	121	0	3
Abfindungen	3 252	2 192	2 227	709	955
Altersteilzeit (Beginn Ruhephase)	1 672	643	846	959	1 417
Weitere sozialverträgliche Instrumente	117	132	782	163	120

IDEENMANAGEMENT.

GENIAL@TELEKOM. IDEENMANAGEMENT.
Im Jahr 2012 wurden über die in den Vorjahren eingeführte Ideenplattform genial@telekom 13 043 Verbesserungsvorschläge von Mitarbeitern eingereicht. Die damit erzielten Einsparungen beliefen sich auf 104 Millionen Euro. Zudem wurden im Berichtszeitraum 151 Patente angemeldet.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch das Ideenmanagement genial@telekom wird die Beteiligung der Mitarbeiter gefördert, die Kennzahl ist relevant für das Kriterium 14 (Arbeitnehmerrechte) des Deutschen Nachhaltigkeitskodex.

genial@telekom. Ideenmanagement.

	2008	2009	2010	2011	2012
Ideen	7 295	5 592	10 498	10 831	13 043
Einsparungen in Mio. €	141	122	136	116	104

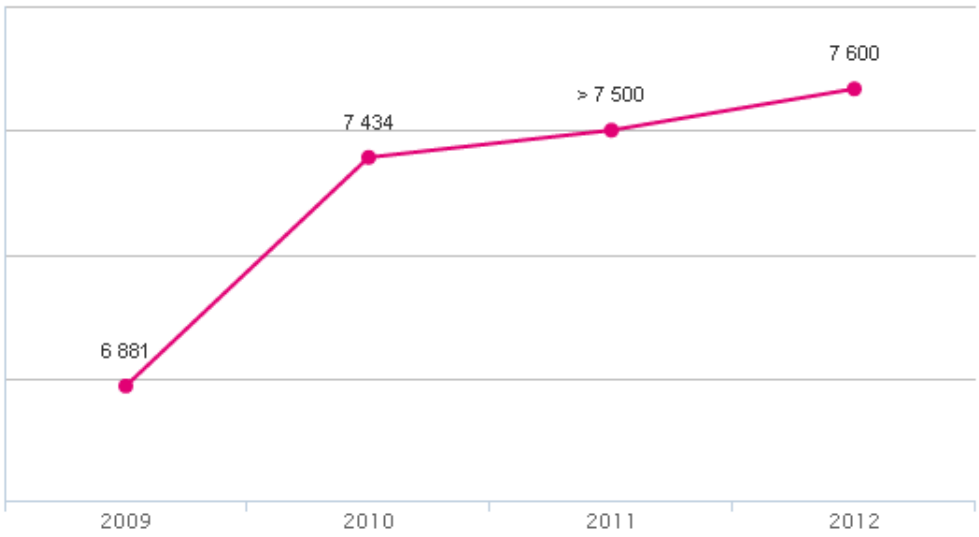
BESTAND AN SCHUTZRECHTEN.

Der Bestand an Schutzrechten wurde über die letzten vier Jahre kontinuierlich erhöht und belief sich 2012 auf 7 600.

Zu den Gesamtschutzrechten zählen Erfindungen, Patentanmeldungen, Patente, Gebrauchsmuster und Geschmacksmuster. Letztere verleihen ihrem Inhaber die ausschließliche Befugnis zur Benutzung einer ästhetischen Gestaltungsform (Design, Farbe und Form). Der Bestand wird regelmäßig überprüft und um nicht mehr relevante Schutzrechte bereinigt. Gezielt managen wir diese Schutzrechte unter Kosten-Nutzen-Aspekten.

Relevant für die Abdeckung folgender Nachhaltigkeitsstandards.
Durch die Angabe wird sowohl den GRI-Indikator TA 5 (Praktiken in Bezug auf Urheberrechte) als auch die EFFAS-Kennzahlen V04-05 (Anzahl der während der letzten 12 Monate angemeldeten Patente) und V04-06 (prozentualer Anteil der in den letzten 12 Monaten angemeldeten Patente am Gesamtbestand von Patenten) teilweise abgedeckt.

Bestand an Schutzrechten Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



CORPORATE RESPONSIBILITY BERICHT 2012.

GRI-INDEX.

GLOBAL COMPACT FORTSCHRITTSBERICHT.

ERLEBEN, WAS VERBINDET.

PROFIL

Indikator Verweis Status

1. Strategie und Analyse

1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers ●

- Über diesen Bericht > Statement des Vorstandsvorsitzenden

1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Strategie & Management > Risiko- & Chancenmanagement
- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

2. Organisationsprofil

2.1 Name der Organisation. ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt

Deutsche Telekom AG

2.2 Wichtigste Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt

2.3 Organisationsstruktur ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstruktur
- Telekom weltweit

2.4 Hauptsitz der Organisation ●

- Impressum

2.5 Länder der Geschäftstätigkeit ●

- Landesgesellschaften
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstruktur
- Telekom weltweit

2.6 Eigentümerstruktur ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstruktur

2.7 Märkte ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstruktur
- Geschäftsbericht 2012 > Wirtschaftliches Umfeld

Indikator Verweis Status

2.8 Größe der Organisation ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Geschäftsbericht 2012 > Das Geschäftsjahr 2012 im Überblick
- Geschäftsbericht 2012 > Geschäftsentwicklung des Konzerns
- Geschäftsbericht 2012 > Mitarbeiter

2.9 Wesentliche Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse im Berichtszeitraum ●

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Geschäftsbericht 2012 > Geschäftsentwicklung des Konzerns
- Geschäftsbericht 2012 > Geschäftsentwicklung der Deutschen Telekom AG
- Geschäftsbericht 2012 > Personalentwicklung

2.10 Im Berichtszeitraum erhaltene Preise ●

- Über diesen Bericht > Rankings, Ratings & Auszeichnungen
- Landesgesellschaften

3. Berichtsparameter

3.1 Berichtszeitraum ●

- Über diesen Bericht

3.2 Veröffentlichung des letzten Berichts ●

- Über diesen Bericht

3.3 Berichtszyklus ●

- Über diesen Bericht

3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht und seinem Inhalt. ●

- Impressum/Kontaktformular

Birgit Klesper,

Senior Vice President Group Transformational Change & Corporate Responsibility

3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts ●

- Über diesen Bericht
- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Stakeholder-Erwartungen

Indikator Verweis Status

3.6 Berichtsgrenze

- Über diesen Bericht
- Konzernporträt
- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Stakeholder-Erwartungen > Die Stakeholder der Telekom
- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Stakeholder-Erwartungen > Die Themen unserer Stakeholder

3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs

- Über diesen Bericht

3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing

- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstruktur
- Standorte und Beteiligungen im Überblick

3.9 Datenerfassung

- Über diesen Bericht
- Strategie & Management > CR-Strategie > CR Key Performance Indikatoren
- Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung
- Kennzahlen
- Strategie & Management > CR-Governance

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

Zur systematischen Sammlung und Verwaltung relevanter Daten für unsere CR-Berichterstattung nutzen wir seit Anfang 2010 eine CR-Datenbank.

3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten

- Über diesen Bericht > Benutzerhilfe

Sofern Informationen aus vergangenen Berichten im vorliegenden CR-Bericht 2012 in anderer Form dargestellt werden, wird dies an den entsprechenden Stellen vermerkt.

3.11 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden

- Über diesen Bericht
- Kennzahlen

3.12 GRI Content Index

Vorliegend

3.13 Bestätigung durch externe Dritte

- Über diesen Bericht
- Über diesen Bericht > Prüfbescheinigung

Indikator Verweis Status

4. Governance, Verpflichtungen und Engagement

4.1 Führungsstruktur der Organisation

- Strategie & Management > CR-Governance
- Geschäftsbericht 2012 > Der Vorstand
- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist

- Geschäftsbericht 2012 > Der Vorstand

4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans

- Geschäftsbericht 2012 > Der Vorstand

4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand

- Strategie & Management > CR-Governance
- Strategie & Management > CR-Strategie > Socially Responsible Investment
- Geschäftsbericht 2012 > Bericht des Aufsichtsrats
- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

4.5 Kopplung der Vorstandsvergütung an die Unternehmensleistung

- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenskonflikten im Vorstand

- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen

- Strategie & Management > CR-Governance

4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > CR-Programm
- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Kunden > Verbraucherschutz
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Kunden > Jugendmedienschutz

4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung

- Strategie & Management

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

Indikator Verweis Status

4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands

↗ Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

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

4.11 Vorsorgeprinzip

› Strategie & Management > Compliance
› Strategie & Management > Risiko- & Chancenmanagement
↗ Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

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

4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen

› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung
› Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
› Kunden > Verbraucherschutz
› Kunden > Jugendmedienschutz
› Netze > Mobilfunk & Gesundheit
› Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
› Kunden > Verbraucherschutz
› Lieferanten > Internationale Zusammenarbeit
› Klima & Umwelt > Klimaschutz > Klimaschutzinitiativen
› Klima & Umwelt > Umweltmanagement

4.13 Mitgliedschaften

› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung > Breite Beteiligung: Mitgliedschaften & Kooperationen

4.14 Stakeholdergruppen

› Über diesen Bericht
› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung

4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen

› Über diesen Bericht
› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung

4.16 Einbeziehung von Stakeholdern

› Über diesen Bericht
› Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung
› Strategie & Management > Politik & Regulierung > Verbraucherpolitischer Dialog gestärkt
› Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Transparenz
› Gesellschaft > engagement@telekom > Corporate Volunteering & Corporate Giving > Corporate Volunteering
› Lieferanten > Internationale Zusammenarbeit

Indikator Verweis Status

4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern

› Über diesen Bericht
› Strategie & Management > Stakeholder-Management
› Strategie & Management > Socially Responsible Investment
› Strategie & Management > Politik & Regulierung
› Gesellschaft > Mobilfunk & Gesundheit
› Kunden > Kundenzufriedenheit
› Lieferanten > Lieferantenmanagement
› Beschäftigte > Mitarbeiterbeteiligung & Mitarbeiterzufriedenheit > Sozialpartnerschaft: Mitwirkung auf deutscher und internationaler Ebene

ÖKONOMISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Indikator Verweis Status

Managementansatz

Wirtschaftliche Leistung

- Über diesen Bericht > Konzernporträt
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstrategie
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernsteuerung > Finanzstrategie
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernsteuerung > Wertmanagement und Steuerungssystem

Marktpräsenz

- Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung

Mittelbare wirtschaftliche Auswirkungen

- Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung
- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau

EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert

- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Finanzielle Kennzahlen > Nettowertschöpfung
- Gesellschaft > engagement@telekom > Corporate Volunteering & Corporate Giving
- Geschäftsbericht 2012 > Finanzdaten des Konzerns

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

EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels

- Strategie & Management > CR-Strategie > Handlungsfelder
- Klima & Umwelt
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Netze > Netzmodernisierung
- Netze > Netzmodernisierung > Austausch alter 2G-Netztechnik
- Netze > Klimatechnik & Energieeinsatz > Projekt „Heat Power Business“
- Netze > Klimatechnik & Energieeinsatz > „ComGreen“
- Netze > Umweltfreundliche Rechenzentren
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign > Programm „Nachhaltiges Produktportfolio“
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign > Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Responsibility > Bekenntnis zu gesellschaftlicher Verantwortung

Indikator Verweis Status

Im Rahmen der Beantwortung der jährlichen Abfrage des Carbon Disclosure Programms (CDP) nimmt die Telekom, soweit möglich, eine qualitative und teilweise quantitative Abschätzung der Folgen des voranschreitenden Klimawandels für die Deutsche Telekom vor.

EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen

- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity und Altersvorsorge > Betriebliche Altersvorsorge

EC4 Bedeutende finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand

- Geschäftsbericht 2012 > Konzernanhang > Erläuterungen Konzern-Bilanz

Der Bund hält Anteile an der Deutschen Telekom.

EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn

- Beschäftigte > Vergütung

Insbesondere an unseren deutschen Standorten sind die Eintrittsgehälter unserer Mitarbeiter, trotz teilweise notwendiger Anpassungen an das Marktniveau, im Branchenvergleich nach wie vor attraktiv.

EC6 Geschäftspolitik, -praktiken und Anteil der Ausgaben, die auf Zulieferer vor Ort an wesentlichen Geschäftsstandorten entfallen

- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Beschaffungsvolumen und Beschaffungsregionen
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Strategie zur Umsetzung von Nachhaltigkeit im Einkauf

Als ICT-Unternehmen ist die Telekom auf Zulieferer weltweit angewiesen. Daher gelten keine konzernweiten Richtlinien zur Bevorzugung örtlicher Zulieferer an Standorten.

EC7 Standortbezogene Personalauswahl

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

Indikator	Verweis	Status	Indikator	Verweis	Status
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl		●			
	Netze > Netz- & Infrastrukturausbau				
	Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung > Nettowertschöpfung der Telekom				
	Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung > Investitionen am Forschungsstandort Deutschland				
	Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung > Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft				
	Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung > Bildung: Basis einer zukunftsfähigen Gesellschaft				
	Gesellschaft > engagement@telekom				
	Gesellschaft > Bildungsengagement				
	Gesellschaft > Sponsoring				
EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen		●			
	Netze > Netz- und Infrastrukturausbau				
	Kunden > Barrierefreie Produkte & Dienste				
	Strategie & Management > Regionale Wertschöpfung > Teilhabe an der Informations- und Wissensgesellschaft				

ÖKOLOGISCHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Indikator Verweis Status

Managementansatz

Materialien

Die Menge eingesetzter Materialien wie Rohstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe oder halbfertiger Erzeugnisse ist für die Telekom als nicht produzierendes Gewerbe sehr gering und daher nicht wesentlich.

Energie
- Strategie & Management > CR-Governance
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Klima & Umwelt > Klimaschutz > Klimaschutzinitiativen
- Klima & Umwelt > Klimaschutz > Energiemanagement

Wasser
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement

Biodiversität
- Klima & Umwelt > Biodiversität

Emissionen, Abwasser und Abfall
- Strategie & Management > CR-Governance > Climate Change Group
- Klima & Umwelt > Abfallmanagement und Entsorgung
- Klima & Umwelt > Ressourcenschonung am Arbeitsplatz
- Klima & Umwelt > Klimaschutz

Produkte und Dienstleistungen
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Geschäftsbericht 2012 > Innovation und Produktentwicklung

Einhaltung von Rechtsvorschriften
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

Transport
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität

Insgesamt
- Klima & Umwelt
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Klima & Umwelt > Klimaschutz

EN1 Eingesetzte Materialien ♦

Die Menge eingesetzter Materialien wie Rohstoffe, Hilfs- und Betriebsstoffe oder halbfertiger Erzeugnisse ist für die Telekom als nicht produzierendes Gewerbe sehr gering und daher nicht wesentlich.

EN2 Recyclingmaterial ♦

Da die Menge eingesetzter Materialien für die Telekom als nicht produzierendes Gewerbe sehr gering und nicht wesentlich ist, ist auch der Recyclinganteil daran für den Bericht nicht relevant.

Indikator Verweis Status

EN3 Direkter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamtenergieverbrauch

EN4 Indirekter Energieverbrauch aufgeschlüsselt nach Primärenergiequellen ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamtenergieverbrauch

Eine Aufschlüsselung nach erneuerbaren und nicht erneuerbaren Energien ist für die Telekom nicht relevant, da 2012 durch den Erwerb von RECS(Renewable Energy Certificate System)-Zertifikaten der gesamte Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen bezogen wird. In fast allen übrigen Ländern entspricht der Anteil an erneuerbaren und nicht erneuerbaren Energien dem jeweiligen Strommix des jeweiligen Landes.

EN5 Energieeinsparung ●

- Netze > Netzmodernisierung > Task Force „Power off“
- Netze > Klimatechnik & Energieeinsatz > Projekt „Heat Power Business“
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste > Cloud Computing
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz > Ressourcensparen durch moderne Drucker
- Klima & Umwelt > Klimaschutz > Energiemanagement
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie > Gesamtenergieverbrauch

EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien ●

- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur > Code of Conduct
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur > Austausch alter 2G-Netztechnik
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste > Cloud Computing
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste > Steigerung der Energieeffizienz und Kompensation von CO_2-Emissionen

Indikator Verweis Status

EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs ●

- Strategie & Management > Governance > Climate Change Group
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur > Energiesparmodus auf dem Weg zu Green DSL
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste > Steigerung der Energieeffizienz und Kompensation von CO_2-Emissionen
- Klima & Umwelt > Energiemanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschutzinitiativen > Engagement in der Global e-Sustainability Initiative
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz > Einsatz von Recyclingpapier

EN8 Gesamtwasserentnahme ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten > Wasserverbrauch

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

EN9 Auswirkung des Wasserverbrauchs ♦

Wesentliche ökologische Auswirkungen unseres Wasserverbrauchs sind uns nicht bekannt.

EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser ♦

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

EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten ●

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

EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität ●

- Klima & Umwelt > Biodiversität

Gesetzliche Vorgaben regeln in Deutschland mögliche Auswirkungen auf die Biodiversität, wie zum Beispiel bei der Verlegung von Kabeln oder elektromagnetischen Feldern. Darüber hinaus wirkt sich unsere Geschäftstätigkeit nur indirekt auf die Biodiversität aus. Größeres Einflusspotenzial auf den Schutz der Biodiversität können wir durch unsere Klimaschutzaktivitäten ausüben.

EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume ●

- Klima & Umwelt > Biodiversität

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

Indikator Verweis Status

EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität ●

- Klima & Umwelt > Biodiversität

Gesetzliche Vorgaben regeln in Deutschland mögliche Auswirkungen auf die Biodiversität, wie zum Beispiel bei der Verlegung von Kabeln oder elektromagnetischen Feldern. Darüber hinaus wirkt sich unsere Geschäftstätigkeit nur indirekt auf die Biodiversität aus. Größeres Einflusspotenzial auf den Schutz der Biodiversität können wir durch unsere Klimaschutzaktivitäten ausüben.

EN15 Gefährdete Arten ♦

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

EN16 Treibhausgasemissionen ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > CO_2-Emissionen gesamt (Scope 1 & 2)

EN17 Andere Treibhausgasemissionen ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen > CO_2-Emissionen aus Geschäftsreisen (Scope 3)

EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen ●

- Klima & Umwelt > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Klima & Umwelt > Klimaschutz > Energiemanagement
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau > Mobilfunk der zweiten & dritten Generation

EN19 Emissionen Ozon abbauender Stoffe ♦

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

EN20 NOx, SOx und andere Luftemissionen ♦

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

Die Berechnung von CO_2-Emissionen erfolgt gemäß Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Über die CO_2-Emissionen hinausgehende Angaben (z.B. zu NOx, SOx und anderen Luftemissionen) sind uns nicht möglich.

EN21 Abwassereinleitung ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Weitere ökologische Daten > Wasserverbrauch

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

Indikator Verweis Status

EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen > Abfallaufkommen
- Klima & Umwelt > Abfallmanagement & Entsorgung
- Klima & Umwelt > Abfallmanagement & Entsorgung > Recycling von 9 000 Tonnen Kabel
- Klima & Umwelt > Abfallmanagement & Entsorgung > Experten steuern systematische Erneuerung des Netzes
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur > Netzmodernisierung

Gesetzliche Vorgaben bestimmen die Entsorgungsmethode. Der technische Abfall wird aufgrund der werthaltigen Metalle nahezu vollständig recycelt. Die Behandlung von Hausmüll ist stark abhängig vom Land. Während Hausmüll bspw. in den westlichen Ländern Deutschland, Österreich und Niederlande nahezu vollständig verbrannt und thermisch entsorgt wird, dominiert in Osteuropa noch die Deponierung von Hausmüll.

EN23 Wesentliche Freisetzungen ♦

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

EN24 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention ♦

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

EN25 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität ♦

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

EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen ●

- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign > Programm "Nachhaltiges Produktportfolio" erfolgreich abgeschlossen
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign > Richtlinien für nachhaltiges Produktdesign
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign > Einsparungen bei Endgeräteverpackungen realisiert
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste > Papierlose Dokumentation
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen

EN27 Verpackungsmaterial ●

- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy-Rücknahme & Abfallaufkommen
- Kunden > Handy- und Telefon-Rücknahme

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

Indikator Verweis Status

EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen ●

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement > Die Risiken

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

EN29 Auswirkungen des Transports ●

- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte und Dienste
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Mobilität
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen

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

EN30 Ausgaben für den Umweltschutz ◖

- Klima & Umwelt > Klimaschutz > Energiemanagement > Zertifikate für 2 945 GWh regenerative Energie erworben
- Klima & Umwelt > Klimaschutz > 12 139 Tonnen CO_2 über Zertifikate kompensiert

Umweltschutzausgaben und -investitionen, die über die Kompensation von Treibhausgasen hinausgehen, werden derzeit nicht zentral erhoben.

GESELLSCHAFTLICHE LEISTUNGSINDIKATOREN

Indikator Verweis Status

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung

Managementansatz

Beschäftigung

- Beschäftigte > Unternehmenskultur
- Beschäftigte > Mitarbeitergewinnung
- Beschäftigte > Personalentwicklung
- Beschäftigte > Personal- & Organisationsumbau
- Geschäftsbericht 2012 > Mitarbeiter > Personalstrategie

Personalbericht 2012/2013 > Der strategische Zusammenhang

Arbeitnehmer-Arbeitgeber-Verhältnis

- Beschäftigte > Personalverantwortung
- Beschäftigte > Personal- & Organisationsumbau
- Beschäftigte > Vergütung
- Beschäftigte > Mitarbeiterbeteiligung & Mitarbeiterzufriedenheit

Arbeitsschutz

- Beschäftigte > Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz

Aus- und Weiterbildung

- Geschäftsbericht 2012 > Mitarbeiter > Personalstrategie

Vielfalt und Chancengleichheit

- Beschäftigte > Vielfalt & Chancengleichheit
- Beschäftigte > Vielfalt & Chancengleichheit > Demografie als Chance
- Beschäftigte > Unternehmenskultur

LA1 Gesamtbelegschaft

- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeiterzahlen
- Personalbericht 2012/2013 > Zahlen & Daten > Beschäftigte

LA2 Mitarbeiterfluktuation

Die Telekom erfasst die natürliche Fluktuation für die Konzernzentrale, die operativen Segmente in Deutschland und Europa:

Fluktuationsquote

Natürliche Fluktuation der Telekom in Deutschland: -1,95% -2.375,82

Konzernzentrale und Shared Services -4,06% -886,78

T-Systems International in Deutschland -2,28% -675,65

Operatives Segment Deutschland -1,16% -807,38

Operatives Segment Europa in Deutschland: -1,21% -6,00

Natürliche Fluktuation im Segment Europa (ohne Deutschland): -8,68% -4.993,81

Austritte (FTE)

Indikator Verweis Status

Natürliche Fluktuation der Telekom in Deutschland: -2.375,82

Konzernzentrale und Shared Services: 886,78

T-Systems International in Deutschland: 675,65

Operatives Segment Deutschland: 807,38

Operatives Segment Europa in Deutschland: 6,00

Natürliche Fluktuation im Segment Europa (ohne Deutschland): 4.993,81

In der natürlichen Fluktuation berücksichtigt wurden arbeitnehmer- und arbeitgeberseitige Kündigungen sowie Auflösungen des Arbeitsverhältnisses aufgrund von Pensionierung oder Berentung beziehungsweise vorliegender Dienst- oder Erwerbsunfähigkeit. Zur Ermittlung der Fluktuationsquote wird die Gesamtzahl beendigter Arbeitsverhältnisse (FTE) durch den Personalbestand (FTE) zum Ende des Vorjahres dividiert.

Im Rahmen des jährlichen Strukturberichts werden die Eintritte in den Ruhestand nicht erfasst. Eine Aufgliederung der natürlichen Fluktuation nach Geschlecht und Alter ist daher nicht möglich.

LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte

- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Diversity und Altersvorsorge > Betriebliche Altersvorsorge
- Geschäftsbericht 2012 > Mitarbeiter

LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen

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

Im Jahr 2012 waren von 118 840 fest angestellten Mitarbeitern rund 78 894 als tariflich eingruppiert ausgewiesen. Das entspricht einem relativen Anteil von 66,4 Prozent.

Indikator Verweis Status

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

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

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

LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter ●

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

LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle ●

› Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeitergesundheit

LA8 Unterricht, Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten ●

› Beschäftigte > Gesundheit & Sicherheit

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

LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften ●

Bei Verhandlungen mit den Sozialpartnern werden u.a. auch Arbeitsschutzthemen behandelt.

LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter ◐

2012 nahmen unsere Mitarbeiter im Durchschnitt ca. 36 Stunden an Weiterbildungsveranstaltungen teil.

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

LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen ●

› Beschäftigte > Vielfalt & Chancengleichheit > Job-Auszeiten mit und ohne Bezüge
› Beschäftigte > Performance & Entwicklung
› Beschäftigte > Vielfalt & Chancengleichheit > Demografie als Chance
› Beschäftigte > Personal- & Organisationsumbau
› Beschäftigte > Personal- & Organisationsumbau > Vivento – Dienstleister für den Personalumbau der Telekom in Deutschland

Indikator Verweis Status

LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern ●

› Beschäftigte > Performance Management: Basis für Transparenz und Vergleichbarkeit

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

Prozentsatz der Mitarbeiter, die regelmäßige Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung erhalten:

Leistungsbeurteilung

für alle Mitarbeiter = 86 Prozent

für leitende Angestellte = 99 Prozent

für außertarifliche Mitarbeiter = 96 Prozent

Entwicklungsplanung

für alle Mitarbeiter = 93 Prozent

Für die Beschäftigungsgruppen „leitende Angestellte“ und „außertarifliche Mitarbeiter“ liegen uns keine Daten zur Entwicklungsplanung vor. Es ist jedoch davon auszugehen, dass alle Mitarbeiter, für die eine Beurteilung erstellt wurde (99 Prozent der „leitenden Angestellten“ bzw. 96 Prozent der „außertariflichen Mitarbeiter“), auch einen Entwicklungsplan erhalten haben.

LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien ●

› Beschäftigte > Vielfalt und Chancengleichheit > Gender als wichtiger Baustein von Diversity
↗ Geschäftsbericht 2012 > Der Aufsichtsrat der Deutschen Telekom AG 2012
↗ Personalbericht 2012/2013 > Frauen im mittleren und oberen Management

LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht ●

› Beschäftigte > Vergütung > Deutsche Telekom steht für faire Gehälter

Indikator Verweis Status

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Managementansatz ●

Investitions- und Beschaffungspraktiken
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Grundlagen und Umsetzung unserer Verantwortung in der Lieferkette

Gleichbehandlung
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk
- Lieferanten > Social Audits

Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk
- Lieferanten > Social Audits

Abschaffung von Kinderarbeit
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk

Abschaffung von Zwangs- und Pflichtarbeit
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk
- Lieferanten > Social Audits

Sicherheitspraktiken
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis

Rechte der Ureinwohner

Dieser Aspekt ist für die Telekom nicht wesentlich.

HR1 Investitionsvereinbarungen ●

- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Grundlagen und Umsetzung unserer Verantwortung in der Lieferkette
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > Social Audits
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Nachhaltiger Einkauf

Die Deutsche Telekom verpflichtet alle ihre Zulieferer, die konzernweit gültigen Regeln des Code of Conduct und die Richtlinien der darin enthaltenen Sozialcharta konsequent anzuwenden. Sie beruht auf den Werten des UN Global Compact sowie auf den Richtlinien der International Labour Organization (ILO) und den OECD-Leitsätzen für multinationale Unternehmen.

Darin enthalten sind konzernweit gültige Richtlinien für

- Menschenrechte und Arbeitsbedingungen,
- Umweltschutz,
- Chancengleichheit,
- Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie
- das Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung.

Die in der Charta beschriebenen Grundsätze gelten weltweit für alle Organisationseinheiten der Telekom. Mit der Charta, die fester Bestandteil unserer allgemeinen Einkaufsbedingungen ist, verpflichten wir so weit wie möglich alle Lieferanten auf die Einhaltung dieser Grundsätze.

HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen ●

- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > CR KPI Nachhaltiger Einkauf erweitert
- Lieferanten > Social Audits > Auditergebnisse 2012
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > Lieferanten > CR KPI Nachhaltiger Einkauf

Über den CR KPI Nachhaltiger Einkauf erfasst die Telekom den Zuliefereranteil des Einkaufsvolumens, das über Selbstauskunft oder Social Audits auf Menschenrechte geprüft worden ist.

HR3 Schulungen zu Menschenrechten ◐

- Strategie & Management > Compliance > Mitarbeiterschulungen zur Stärkung von Compliance
- Strategie & Management > Compliance > Interne-Portale für Prävention und Beratung
- Lieferanten > Lieferantenauswahl > Neues Online-Trainingstool für Einkäufer
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Engagement im Deutschen Global Compact Netzwerk

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

Auch im Bereich Compliance-Management stehen allen unseren Mitarbeitern E-Learnings (elektronische Schulungen) im Intranet zur Verfügung. Ergänzt wird das Angebot durch risikospezifische Präsenztrainings.

Quantitative Angaben zu diesem Indikator sind derzeit nicht verfügbar, da die Schulungen zu einem großen Teil intranetbasiert im Selbststudium in Anspruch genommen werden.

Indikator Verweis Status

HR4 Vorfälle von Diskriminierung

Im Berichtszeitraum gab es keinen bestätigten Diskriminierungsfall.

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

HR5 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen

Uns sind keine Vorfälle dieser Art bekannt.

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

- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von internationalen Standards
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Employee Relations Policy
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Begleitmaßnahmen zur Einführung der Employee Relations Policy
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Erstmaliger Tarifvertrag bei T-Mobile USA
- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Beschäftigte > Mitarbeiterbeteiligung & Mitarbeiterzufriedenheit > Sozialpartnerschaft: Mitwirkung auf deutscher und internationaler Ebene

HR6 Kinderarbeit

- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von internationalen Standards
- Lieferanten > Social Audits > Auditergebnisse 2012
- Lieferanten > Social Audits > Auditergebnisse 2012 > Arbeit und Ethik

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

HR7 Zwangsarbeit

- Strategie & Management > Compliance > Achtung der Menschenrechte als gelebte Praxis
- Beschäftigte > Personalverantwortung > Sozialcharta: Einhaltung von Mindeststandards
- Lieferanten > Social Audits > Auditergebnisse 2012
- Lieferanten > Social Audits > Auditergebnisse 2012 > Arbeit und Ethik

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

Indikator Verweis Status

HR8 Schulung des Sicherheitspersonals

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

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

HR9 Verletzung der Rechte von Ureinwohnern

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft

Managementansatz

Gemeinwesen

- Strategie & Management > Stakeholder-Einbeziehung
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

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

Korruption

- Strategie & Management > Compliance

Politik

- Strategie & Management > Politik & Regulierung

Wettbewerbswidriges Verhalten

- Strategie & Management > Compliance

Einhaltung der Gesetze

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz

SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

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

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

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

Indikator Verweis Status

SO2 Korruptionsrisiken

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

Im Berichtszeitraum wurde bei 116 von 239 vollkonsolidierten Gesellschaften ein Compliance Risk Assessment durchgeführt, bei dem insbesondere auch Korruptionsrisiken betrachtet werden. Weitere 43 Gesellschaften werden in einem Zweijahresrhythmus betrachtet. Dies entspricht einer Quote von 67 Prozent. Zu berücksichtigen ist, dass sich die Quote auf die Anzahl aller vollkonsolidierten Gesellschaften bezieht. Die im Compliance Risk Assessment nicht berücksichtigten Gesellschaften sind hauptsächlich nicht operativ tätig oder nicht personalisiert.

SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik

Im Jahr 2012 hat die Deutsche Telekom erneut ein Sensibilisierungsprogramm zur Vermittlung der wesentlichen Antikorruptionsthemen aufgelegt.

2012 absolvierten national über 1 700 Führungs- und Fachkräfte in Deutschland – Vorstand, Top-Management und Mitarbeiter aus weiteren ausgewählten Bereichen – bedarfsgerechte Antikorruptions-Präsenztrainings. In diesen auch 2013 fortgesetzten Präsenzveranstaltungen werden die wesentlichen Antikorruptionsregelungen vermittelt und in Fallbeispielen vertieft. Hierzu hat das Compliance-Team mit verschiedenen Bereichen im Vorfeld fachspezifische Case-Studies erarbeitet. Auf diese Weise werden die Trainings auf die spezifischen Erfordernisse des jeweiligen Bereichs zugeschnitten.

Mit dem E-Learning-Modul „Antikorruption“ richtet sich die Telekom an weitere Mitarbeitergruppen. Das E-Learning soll den Mitarbeitern, die risikoorientiert ausgewählt wurden, insbesondere die Inhalte der Antikorruptions- und Vorteilsrichtlinie näherbringen und helfen, typische Korruptionsrisiken im Arbeitsalltag zu erkennen und sich richtig zu verhalten. Knapp 16 000 Mitarbeiter in Deutschland durchliefen diese risikogruppenspezifische Schulung im Zeitraum von September bis Dezember 2012. Dies entspricht einer Quote von 15 Prozent. 2013 wird das E-Learning auch international ausgerollt.

SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen

- Strategie & Management > Compliance > Ermittlungen wegen Korruptionsverdacht

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

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

SO5 Lobbying

- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit

Indikator Verweis Status

SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker

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

SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement > Die Risiken

SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement > Die Risiken

Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung

Managementansatz

Kundengesundheit und -sicherheit

- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Kunden > Jugendmedienschutz

Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit

Werbung

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

Schutz der Kundendaten

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz
- Datenschutzbericht 2012

Einhaltung von Gesetzesvorschriften

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz

PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > EMF-Policy: Richtlinie „Elektromagnetische Felder“
- Kunden > Forschung & Innovation > E-Health

Indikator Verweis Status

PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße gegen Gesundheitsstandards bekannt.

PR3 Produktinformationen

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Kunden > Jugendmedienschutz
- SAR-Werte

PR4 Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

Der Konzernzentrale sind zurzeit keine maßgeblichen Verstöße bekannt.

PR5 Kundenzufriedenheit

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

PR6 Standards in Bezug auf Werbung

- Strategie & Management > Compliance > Internet-Portale für Prävention und Beratung
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Kunden > Jugendmedienschutz
- Kunden > Forschung & Innovation > E-Health

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

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

PR7 Verstöße gegen Marketingstandards

- Strategie & Management > Compliance > Ermittlungen wegen Korruptionsverdacht
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement

PR8 Verletzung des Schutzes der Kundendaten

- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz
- Datenschutzbericht 2012

Indikator Verweis Status

PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsauflagen

- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancenmanagement [http://www.geschaeftsbericht.telekom.com/site0412/de/lagebericht/risiko-und-chancen-management/die-risiken/index.php]

GRI SECTOR SUPPLEMENT DER TELEKOMMUNIKATIONSBRANCHE

Indikator Verweis Status

Betriebliche Abläufe

Investitionen

IO 1 Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau

IO 2 Kosten für Ausweitung nicht-profitabler Dienstleistungen auf abgelegene Regionen und Gruppen mit geringen Einkünften; Darstellung gesetzlicher Vorschriften ◆

Dieser Indikator ist für die Telekom nicht wesentlich.

Gesundheit und Sicherheit

IO 3 Maßnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personal ●

- Klima & Umwelt > Umweltmanagement > Implementierung des HSE-Managements schreitet fort

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

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

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

IO 4 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten ●

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Transparenz
- Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit

IO 5 Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen ●

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Transparenz
- Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit

IO 6 Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten ●

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > EMF-Policy: Richtlinie „Elektromagnetische Felder“

Indikator Verweis Status

Infrastruktur

IO 7 Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
- EMF-Policy

IO 8 Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten ●

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

Bereitstellung von Zugang

Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide

PA 1 Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
- Netze > Mobilfunk der vierten Generation > Aufbau des LTE-Netzes in Deutschland

PA 2 Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren ●

- Strategie & Management > CR-Strategie > CR-Handlungsfelder
- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
- Gesellschaft > engagement@telekom > Medienkompetenz
- Kunden > Barrierefreie Produkte & Dienste

PA 3 Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
- Kunden > Forschung & Innovation
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur > Netzmodernisierung
- Beschäftigte > Gesundheit & Sicherheit > „Health- & Safety“-Standards und -Managementsystem

PA 4 Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen ●

- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau
- Geschäftsbericht 2012

Indikator Verweis Status

PA 5 Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden ●

- Kunden > Barrierefreie Produkte & Dienste

PA 6 Programme und Maßnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notfallsituationen ●

- Beschäftigte > Arbeitssicherheit & Gesundheitsschutz > „Health- & Safety"-Standards und -Managementsystem
- Gesellschaft > engagement@telekom > Katastrophenhilfe

Zugang zu Inhalten

PA 7 Strategien und Maßnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten ●

- Kunden > Jugendmedienschutz

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

Kundenbeziehungen

PA 8 Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von EMF- bezogenen Themen in der Öffentlichkeit ●

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Information
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Transparenz
- Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit

PA 9 Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder ●

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Wissenschaftsförderung & Partnerschaft
- Verantwortung > Mobilfunk & Gesundheit

PA 10 Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife ●

- Netze > Mobilfunk & Gesundheit > Unterstützung unabhängiger Forschung

PA 11 Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung ●

- Kunden > Kundenkommunikation
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste

Technische Anwendungen

Ressourceneffizienz

TA 1 Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen ●

- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Kunden > Forschung & Innovation
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Indikator Verweis Status

TA 2 Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation ●

- Klima & Umwelt > Ressourceneffizienz am Arbeitsplatz
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Kunden > Barrierefreie Produkte & Dienste
- Kunden > Forschung & Innovation

TA 3 Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen ●

- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Kunden > Forschung & Innovation > E-Health

TA 4 Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten . Produkte und Dienstleistungen und „Lessons Learned" für die zukünftige Entwicklung ●

- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign

TA 5 Praktiken in Bezug auf Urheberrechte ●

- Geschäftsbericht 2012 > Innovation und Produktentwicklung
- Geschäftsbericht 2012 > Sonstige Angaben

GLOBAL COMPACT FORTSCHRITTSBERICHT

Indikator Verweis Status

Prinzip 1: Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Datenschutz
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Beschäftigte > Personalverantwortung
- Beschäftigte > Unternehmenskultur
- Beschäftigte > Gesundheit & Sicherheit
- Beschäftigte > Vergütung
- Beschäftigte > Vielfalt & Chancegleichheit
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > Social Audits
- Kennzahlen > Soziale Kennzahlen > Mitarbeitergesundheit
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > CR KPI Nachhaltiger Einkauf
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte
- Datenschutz und Datensicherheit
- Geschäftsbericht 2012 > Personalstrategie
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernstrategie
- Geschäftsbericht 2012 > Konzernsteuerung

Prinzip 2: Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Netze > Mobilfunk & Gesundheit
- Beschäftigte > Personalverantwortung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenauswahl
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Kennzahlen > Ökonomische Kennzahlen > CR KPI Nachhaltiger Einkauf
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte

Prinzip 3: Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Beschäftigte > Personalverantwortung
- Beschäftigte > Mitarbeiterbeteiligung & Mitarbeiterzufriedenheit
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenmanagement

Indikator Verweis Status

Prinzip 4: Beseitigung aller Formen von Zwangsarbeit

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Beschäftigte > Personalverantwortung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenauswahl
- Lieferanten > Social Audits
- Geschäftsbericht 2012 > Von der Wertschöpfungskette zum Wertschöpfungskreislauf

Prinzip 5: Abschaffung der Kinderarbeit

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Beschäftigte > Unternehmenskultur
- Beschäftigte > Personalverantwortung
- Beschäftigte > Vielfalt & Chancengleichheit
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenauswahl
- Lieferanten > Lieferantenmanagement

Prinzip 6: Beseitigung von Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > Compliance
- Beschäftigte > Mitarbeitergewinnung
- Beschäftigte > Vergütung
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken und Menschenwürdige Beschäftigung
- Geschäftsbericht 2012 > Diversity Management und Health & Safety Management
- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht

Indikator Verweis Status

Prinzip 7: Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen

- Strategie & Management > CR-Strategie
- Strategie & Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren
- Strategie & Management > CR-Governance
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Strategie & Management > Risiko- & Chancenmanagement
- Netze > Netz- & Infrastrukturausbau > Mobilfunk der zweiten & dritten Generation
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Kunden > Kundenkommunikation
- Kunden > Handy- & Telefonrücknahme
- Kunden > Forschung & Innovation
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Grundlagen und Umsetzung unserer Verantwortung in der Lieferkette
- Lieferanten > Lieferantenauswahl
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > Internationale Zusammenarbeit
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Klima & Umwelt > Biodiversität
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Energie
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > CO_2-Emissionen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > Handy Rücknahme & Aballaufkommen
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen > weitere ökologische Daten
- Geschäftsbericht 2012 > Risiken- und Chancen-Management > Die Risiken

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

- Strategie & Management > Werte & Leitlinien
- Strategie & Management > CR-Strategie
- Strategie & Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren
- Strategie & Management > CR-Governance
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Kunden > Klima- und umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Kunden > Kundenkommunikation
- Kunden > Handy- & Telefonrücknahme
- Kunden > Forschung & Innovation
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf > Grundlagen und Umsetzung unserer Verantwortung in der Lieferkette
- Lieferanten > Lieferantenauswahl
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > Internationale Zusammenarbeit
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Klima & Umwelt > Biodiversität

Indikator Verweis Status

- Klima & Umwelt > Abfallmanagement und Entsorgung
- Kennzahlen > Ökologische Kennzahlen
- SAR-Werte
- Geschäftsbericht 2012 > Gesundheit und Umwelt
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- & Chancenmanagement > die Risiken

Prinzip 9: Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien

- Strategie & Management > CR-Strategie
- Strategie & Management > CR-Strategie > Key Performance Indikatoren
- Strategie & Management > CR-Governance
- Kunden > Grundlagen für Produktentwicklung & Produktdesign
- Kunden > Klima- & umweltfreundliche Produkte & Dienste
- Kunden > Kundenkommunikation
- Kunden > Handy- & Telefonrücknahme
- Kunden > Forschung & Innovation
- Netze > Umweltfreundliche Netzinfrastruktur
- Klima & Umwelt > Klimaschutz
- Klima & Umwelt > Umweltmanagement
- Klima & Umwelt > Klimaschonende Mobilität
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Lieferantenauswahl
- Lieferanten > Lieferantenmanagement
- Lieferanten > Internationale Zusammenarbeit
- Geschäftsbericht 2012 > Innovation und Produktentwicklung

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

- Strategie & Management > CR-Strategie
- Strategie & Management > Compliance
- Strategie & Management > Risiko- & Chancenmanagement
- Strategie & Management > Datenschutz
- Strategie & Management > Politik & Regulierung
- Lieferanten > Strategie zur Nachhaltigkeit im Einkauf
- Lieferanten > Social Audits > Auditergebnisse 2012
- Über diesen Bericht > GRI-Index > Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft
- Geschäftsbericht 2012 > Corporate Governance-Bericht
- Geschäftsbericht 2012 > Risiko- und Chancen-Management