

Connected life and work.

Verbindungen schaffen. Verantwortung tragen. Lösungen finden.



Corporate Responsibility Bericht 2008.

Erleben, was verbindet.



Über diesen Bericht.


Vor mehr als zehn Jahren hat die Deutsche Telekom mit der Berichterstattung über ihr Engagement in gesellschaftlich relevanten Bereichen begonnen. Dabei standen zunächst ökologische Fragen im Vordergrund. Mit dem wachsenden Interesse unserer Stakeholder und der Öffentlichkeit am Thema Nachhaltigkeit hat sich auch unsere Berichterstattung weiterentwickelt. Seit 2003 gibt die Deutsche Telekom jährlich einen kombinierten Personal- und Nachhaltigkeitsbericht heraus. Der Zwischenbericht „Corporate Responsibility (CR-)Daten & Fakten“ aus dem Jahr 2007 bildet den Übergang zur heutigen Berichterstattung: Mit „Connected life and work. Verbindungen schaffen. Verantwortung tragen. Lösungen finden.“ legen wir 2008 zum ersten Mal einen ausführlichen CR-Bericht vor. Das Ziel des Berichts ist es, Stakeholder und die interessierte Öffentlichkeit umfassend



über die Aktivitäten, Fortschritte und Ziele des Konzerns in den Bereichen Ökonomie, Soziales und Umwelt zu informieren. Er dient auch als Fortschrittsbericht der Deutschen Telekom im Rahmen des Global Compact der Vereinten Nationen.






Mit dem vorliegenden Bericht orientieren wir uns an den international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) G3 einschließlich des Sector Supplement der Telekommunikationsbranche (Pilotversion 1.0). Mit dem Application Level „A+“ bestätigt die GRI der Deutschen Telekom die höchstmögliche Übereinstimmung mit ihren Kriterien für eine transparente und offene Berichterstattung. Bei der Auswahl der Themen, die dieser Bericht abbildet, haben wir uns neben den GRI-Empfehlungen an den Ergebnissen eines im Dezember 2007 durchgeführten Materiality-Workshops orientiert. Unter Berücksichtigung der Perspektive externer Stakeholder wurden dabei die Most Material Issues, d. h. die wesentlichsten Verantwortungsfelder für die Deutsche Telekom, identifiziert. Diese Themen wurden anschließend den CR-Aktionsfeldern Kunden, Ökologie, Lieferanten, Personal und Gesellschaft zugeordnet, die jeweils ein Kapitel des vorliegenden Berichts bilden. In diesen Kapiteln werden in sog. Blickpunkten besonders herausfordernde Themen der Telekommunikationsbranche aus der Perspektive wichtiger Stakeholder sowie die Antworten der Deutschen Telekom dargestellt. Themen, die im CR-Printbericht nicht berücksichtigt sind, werden im CR-Onlinebericht aufgegriffen.

Das Zeichen  und eine Zahl machen kenntlich, an welcher Stelle weiterführende Informationen online zur Verfügung stehen. Durch die Eingabe dieser Ziffern in die Suchfunktion des CR-Onlineberichts gelangt der Leser direkt zur Internetseite mit den gewünschten Informationen. Zusätzlich berichtet unser Konzernportal unter www.telekom.com/verantwortung ständig aktuell über unsere Aktivitäten im Bereich CR.

Der Kennzahlenteil am Ende des Berichts bietet einen Überblick über ausgewählte Kennzahlen der Deutschen Telekom. Einige dieser Kennzahlen haben wir von externen Wirtschaftsprüfern u. a. auf Richtigkeit, Vollständigkeit und Angemessenheit prüfen lassen. Das Ergebnis ist der Zertifizierung auf Seite 70 zu entnehmen.

Der Bericht ist ein Konzernbericht und schließt alle Konzerntöchter, an denen die Deutsche Telekom mehrheitlich beteiligt ist, mit ein. Der Berichtszeitraum ist das Geschäftsjahr 2007. Wir haben jedoch auch relevante Informationen aus dem Jahr 2008 berücksichtigt, soweit sie uns bis zum Redaktionsschluss am 29. Februar 2008 vorlagen. Um auf aktuelle Entwicklungen hinzuweisen, berichten wir in Ausnahmefällen jedoch auch über den Redaktionsschluss hinaus. Der Blickpunkt Datenschutz wurde beispielsweise im Oktober 2008 aktualisiert. „Connected life and work. Verbindungen schaffen. Verantwortung tragen. Lösungen finden.“ liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Unseren nächsten CR-Bericht planen wir, im Sommer 2009 zu veröffentlichen.

Zeichenerklärung:

-  Weiterführende Informationen im CR-Onlinebericht
-  Seitenverweis auf verwandte Themen innerhalb des CR-Berichts bzw. auf weiterführende Informationen in anderen Konzernpublikationen der Deutschen Telekom
-  Kennzeichnung zertifizierter Daten für das Geschäftsjahr 2007



Inhalt.

- 2 Vorwort des Vorstands
- 4 Das Jahr im Zeitraffer
- 6 Konzernporträt

Lieferanten. Zusammenarbeit für eine nachhaltige Beschaffung.

- 38 Globale Einkaufsrichtlinien
 - 41 Kontinuierlicher Austausch
 - 42 Internationale Netzwerkarbeit zur Einhaltung der Menschenrechte
- Blickpunkt: Stakeholder Dialog Day

Strategie und Management. Weiterentwicklung bisheriger Aktivitäten.

- 10 Unternehmenskultur und Unternehmenswerte
 - 11 CR-Strategieprozess
 - 12 Neue CR-Governance im Konzern
 - 13 Compliance Management
 - 15 Stakeholderdialoge
 - 17 Reporting nach Relevanzkriterien
- Blickpunkt: Regulierung und Politik

Personal. Veränderung für vielfältige Chancen.

- 46 Wettbewerbsfähige Belegschaft
 - 47 Talent Agenda
 - 48 Servicekultur
 - 51 Strategieprozess „HR@2009“
- Blickpunkt: Diversity

Kunden. Partner für vernetztes Leben und Arbeiten.

- 20 Chancengleichheit im digitalen Zeitalter
 - 23 Schutz von Kindern und Jugendlichen
- Blickpunkt: Datenschutz

Gesellschaft. Engagement für eine gemeinsame Zukunft.

- 54 Bildungsförderung
 - 57 Corporate Volunteering
- Blickpunkt: T-City

Ökologie. Lösungen für Kunden und Konzern.

- 28 Umweltschutz im Konzern
 - 33 Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen
- Blickpunkt: Klimaschutz

Daten und Fakten.

- 58 CR-Programm 2008
- 60 Kennzahlen
- 70 Testierung

- 71 GRI-Index und Global Compact Fortschrittsbericht

Glossar
Haftungsausschluss
Kontakt und Impressum



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

das Kerngeschäft der Deutschen Telekom ist es, Dienstleistungen rund um das vernetzte Leben und Arbeiten zu bieten. Dies muss in verantwortungsvoller Weise geschehen, denn unser Erfolg basiert auf dem Vertrauen unserer Kunden: einem Vertrauen, das sich auch daraus entwickelt, wie wir unserer gesamtgesellschaftlichen Verantwortung gerecht werden.

Drei der wichtigsten Herausforderungen sind dabei die massive Klimaänderung, die chancengleiche Teilhabe an der Informationsgesellschaft sowie die verbesserte Vernetzung von Arbeit und Leben. Dazu möchten wir Ideen und konkrete Lösungen anbieten und haben hier die Schwerpunkte unserer Corporate Responsibility Aktivitäten gesetzt:

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen und die Substitution von Reisen durch moderne Kommunikation sind wesentliche Hebel für eine verbesserte Energieeffizienz der weltweiten Wirtschaft. Durch den gezielten Einsatz von Informations- und Kommunikationstechnologie können laut der aktuellen Studie „Smart 2020“ weltweit 7,8 Gigatonnen CO₂ im nächsten Jahrzehnt eingespart werden – das ist mehr, als die USA aktuell in einem Jahr emittieren. Es ist für uns selbstverständlich, dass wir dabei mit gutem Beispiel vorangehen wollen.

Zweitens arbeiten wir auch daran, dass es allen Menschen, unabhängig von ihrer Herkunft und Vorbildung, möglich wird, angemessen an der Informationsgesellschaft teilzuhaben. Unser Land ist angesichts der Bevölkerungsentwicklung auch auf das Potenzial der älteren Mitbürger angewiesen, die weitgehend ohne Internet und ohne Mobilfunk aufgewachsen sind. Ebenso geht es um sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche, welche zwar mit den neuen Technologien in Berührung kommen, aber oft nicht lernen können, sie für Schule und Beruf zu nutzen. Es geht auch um die Frage, wie moderne Internetanschlüsse in entlegenen Gebieten zur Verfügung gestellt werden können. Wir haben in Deutschland aktuell eine der besten Abdeckungen mit schnellen Internetanschlüssen weltweit. Zukünftige Entwicklungen im Internet werden aber noch weitaus höhere Anforderungen an die Netz- und Anschlusskapazitäten stellen. Die damit verbundenen Investitionen werden nicht allein privatwirtschaftlich getragen werden können. Die gesellschaftliche Aufgabe, eine regionale digitale Spaltung langfristig zu verhindern, wird auch neue politische und regulatorische Lösungen erfordern.

Die dritte Herausforderung ist schließlich, die Arbeits- und Lebensqualität der Menschen mit unseren Dienstleistungen zu verbessern. Dies erfordert nicht nur neue Technologien zur Vernetzung, sondern auch die Auseinandersetzung mit deren Folgen, z. B. ständiger „virtueller“ Präsenz im Arbeitsleben.

Wir sind stolz darauf, dass die Arbeit der Deutschen Telekom im Bereich Nachhaltigkeit und Corporate Responsibility international Anerkennung findet, und haben uns den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen verpflichtet.

Machen Sie sich am besten selbst ein Bild über unser Engagement und unsere Leistungen im Bereich Corporate Responsibility und teilen Sie uns Ihre Einschätzung unserer Arbeit mit. Wir legen Wert auf Ihre Meinung und wünschen Ihnen eine informative sowie inspirierende Lektüre.

Bonn, im September 2008

Ihr

René Obermann
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Das Jahr im Zeitraffer.

Die wichtigsten Ereignisse des Berichtszeitraums in Kürze.

Januar 2007

- Die Studie der Umweltstiftung World Wide Fund For Nature (WWF) bescheinigt der Deutschen Telekom, weltweit der am besten für den Klimawandel gerüstete Großkonzern zu sein.

März 2007

- Die Deutsche Telekom stellt die Konzernstrategie „Konzentrieren und gezielt wachsen“ der Öffentlichkeit im Rahmen der Bilanzpressekonferenz vor.
- Die kindgerechte Suchmaschine „Blinde Kuh“ wird auf den Seiten des T-Online Kids-Portals integriert. Der Suchdienst greift als einziger in Deutschland auf über 25 000 für Kinder gemachte Seiten zu.
- Die Tarifverhandlungen zur Gründung dreier neuer Servicegesellschaften im Deutsche Telekom Konzern starten.

Juli 2007

- Die Deutsche Telekom unterzeichnet als einer von 60 Weltkonzernen die vom UN Global Compact initiierte Erklärung „Caring for Climate“, eine Selbstverpflichtung zur Reduzierung des CO₂-Ausstoßes.
- Die Deutsche Telekom senkt die Roamingpreise für Gespräche im Ausland deutlich vor dem Inkrafttreten der Frist, die die EU-Kommission den Mobilfunkanbietern im Juni 2007 mit der EU-Roamingverordnung gesetzt hatte.
- T-Mobile UK vereinfacht ihr Rücknahmesystem für Mobilfunkgeräte. Für die kostenfrei eingesandten Altgeräte erhalten die Einsender selbst oder eine Wohltätigkeitsorganisation ihrer Wahl eine Gutschrift über den Restwert des gebrauchten Handys.

Februar 2007

- Friedrichshafen wird aus 52 Bewerberstädten zum Gewinner des T-City Wettbewerbs gekürt. Bis zu 35 Mio. € stellt die Deutsche Telekom für den Ausbau der Infrastruktur in der T-City zur Verfügung. Bis zu 80 Mio. € werden für die Realisierung ausgewählter Projektideen bereitstellen.
- Das „Europäische Rahmenabkommen für die sichere Nutzung von Mobilfunktelefonen durch jüngere Teenager und Kinder“ wird von der Deutschen Telekom und 15 weiteren Unternehmen unterzeichnet.

Mai 2007

- Die Ratingagentur scoris wählt die Deutsche Telekom auf Platz 1 ihres DAX-30-Nachhaltigkeitsrankings.
- Im Rahmen der Tarifverhandlungen starten Mitarbeiter der Deutschen Telekom Warn- und Erzwingungsstreiks. Dabei kommt es an rund 500 000 Streiktagen zu flächendeckenden Arbeitsniederlegungen.

Juni 2007

- Die Deutsche Telekom veranstaltet eine Social Responsible Investment (SRI) Roadshow, um den Dialog mit nachhaltig orientierten Investoren zu intensivieren.
- ver.di und die Deutsche Telekom einigen sich auf Tarifkonditionen für rund 50 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Servicegesellschaften.

August 2007

- Mit der Produktfamilie der schnurlosen Sinus-Telefone präsentiert die Deutsche Telekom auf der Internationalen Funkausstellung (IFA) als erster Anbieter eine komplette umweltschonende Produktserie, die neben einem besonders niedrigen Energieverbrauch dem Kunden klimaneutrales Telefonieren über fünf Jahre garantiert.
- Die Deutsche Telekom führt das Online-Lieferanteninformationssystem E-TASC ein, an dessen Entwicklung der Konzern maßgeblich beteiligt war.

2007

Januar

Februar

März

April

Mai

Juni

Juli

September 2007

- Die Sustainable Procurement Working Group (SPWG) wird als zentrales Steuerungsgremium für die nachhaltige Beschaffung im Konzern gegründet.
- Die Deutsche Telekom richtet den ersten Corporate Responsibility (CR-)Tag unter dem Motto „Unternehmenserfolg = Geschäft plus Ethik“ unter Einbindung von 300 internen und externen Stakeholdern aus.
- Das Ergebnis des Carbon Disclosure Project 2007 wird bekannt gegeben. Die Deutsche Telekom erhält ein AAA-Rating und wird damit im Bereich Klimaschutz nicht nur zum Branchenbesten ausgezeichnet, sondern auch zum führenden Unternehmen in Deutschland.

November 2007

- Telefónica Deutschland reicht bei der Bundesnetzagentur ein Missbrauchsverfahren gegen die Deutsche Telekom ein. Der Wettbewerber beschuldigt den Konzern, die Bereitstellung von Teilnehmeranschlüssen für DSL-Internetzugänge mutwillig zu verzögern.

Dezember 2007

- Der Umbau der Konzernabteilung Sicherheit ist abgeschlossen. Im Sommer 2007 war das Unternehmen auf Grund interner Hinweise einem Einzelfall missbräuchlicher Nutzung von Verbindungsdaten aus dem Jahr 2005 nachgegangen. Die in dieser internen Ermittlung gefundenen Erkenntnisse haben 2007 zu weit reichenden personellen und organisatorischen Veränderungen in der Konzernabteilung Sicherheit geführt.

Januar 2008

- Die Deutsche Telekom bezieht 100% ihres Energiebedarfs in Deutschland aus erneuerbaren Quellen.
- Die Züricher Ratingagentur Sustainable Asset Management (SAM) honoriert das nachhaltige Engagement der Deutschen Telekom mit der „SAM Gold Class“.

August

September

Oktober

November

Dezember

Januar

Februar

2008

Oktober 2007

- T-Mobile Deutschland stellt gemeinsam mit anderen Mobilfunkanbietern und dem Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) e. V. eine Selbstverpflichtung zum Jugendschutz im Mobilfunk vor.

- Der T-Online Shop bietet seinen Kunden für ihre Online-Einkäufe ohne Zusatzkosten den klimaneutralen Paketversand von DHL an.
- Die Deutsche Telekom nimmt an der UN-Klimakonferenz in Bali teil und präsentiert dort ihre Klimaschutzstrategie.
- Magyar Telekom wird mit dem „Business Ethics Award 2007“ für die Entwicklung der Internetplattform „Egálnet“ zur Förderung der Chancengleichheit für benachteiligte Gruppen in Ungarn ausgezeichnet.

Februar 2008

- Die Deutsche Telekom Stiftung engagiert sich mit einem Fördervolumen von etwa 2 Mio. € und zahlreichen Projekten am vom Bundesbildungsministerium (BMBF) ausgerufenen „Jahr der Mathematik 2008“.
- Die internationale Initiative „Mobile Alliance against Child Sexual Abuse“ wird von der Global System for Mobile Communications (GSM) Association und wichtigen Vertretern der Mobilfunkbranche ins Leben gerufen, darunter alle Mobilfunktochter der Deutschen Telekom, an denen der Konzern eine Mehrheitsbeteiligung hält.

Konzernporträt.

Die Deutsche Telekom ist eines der weltweit führenden integrierten Dienstleistungsunternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT-)Branche. Mit den drei Produktmarken T-Home, T-Mobile und T-Systems bietet der Konzern unter der Marke „T“ seinen Kunden modernste Technologien und Dienstleistungen aus einer Hand an. Das Angebot der Deutschen Telekom umfasst Mobilfunk, Festnetztelefonie, Breitbandinternet und ICT-Lösungen für Geschäftskunden in der ganzen Welt.

Internationale Marktpräsenz.

Der Heimatmarkt des Konzerns liegt seit seiner Gründung in Deutschland. Inzwischen arbeitet jeder Dritte der rund 240 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Telekom im Ausland. Unsere Schwerpunktmärkte liegen in Europa, den USA und Asien.

Im Jahr 2007 hat die Deutsche Telekom die Internationalisierung durch Zukäufe im Ausland weiter vorangetrieben: Mit der Akquisition des Mobilfunkbetreibers Orange in den Niederlanden und der Übernahme von SunCom in den USA konnten wir unsere Wettbewerbsposition in Europa und den USA weiter ausbauen.

Konzernstruktur und operative Segmente.

Abweichend zur bisherigen Darstellung der Konzernstruktur anhand der drei strategischen Geschäftsfelder Mobilfunk, Breitband/Festnetz, Geschäftskunden und des Bereichs Konzernzentrale & Shared Services werden erstmalig zum 31. Dezember 2007 folgende fünf operative Segmente berichtet:

Breitband/Festnetz. Das Segment Breitband/Festnetz bietet Privatkunden unter der Produktmarke T-Home rund um das Telefonieren und Breitband-surfen „alles für zu Hause“: von modernsten Festnetz-Infrastrukturen, schnellen Internetanschlüssen bis hin zu innovativen Multimediadiensten. Im wettbewerbsintensiven Heimatmarkt in Deutschland nimmt T-Home bei den DSL-Breitbandanschlüssen eine Spitzenposition ein. Im Ausland ist das operative Segment insbesondere in Mittel- und Osteuropa in den Ländern Ungarn, Kroatien, Slowakei, Mazedonien, Bulgarien, Rumänien und Montenegro vertreten.

Mit mehr als 119 Millionen Kunden (Stichtag: 31. Dezember 2007) gehört die T-Mobile International AG zu den weltweit führenden Mobilfunkanbietern. Ihre Aktivitäten gliedern sich in zwei operative Segmente:

Mobilfunk Europa. In das operative Segment Mobilfunk Europa entfallen sämtliche Aktivitäten der T-Mobile International AG in den Ländern Deutschland, Großbritannien, Niederlande, Österreich, Polen und Tschechische Republik. Außerdem umfasst es die Mobilfunkaktivitäten des Konzerns in den Ländern Slowakei, Kroatien, Mazedonien, Montenegro und Ungarn.

Mobilfunk USA. T-Mobile USA bildet mit über 28,7 Millionen Kunden (Stichtag: 31. Dezember 2007) das Segment Mobilfunk USA.

Das Portfolio, das die Deutsche Telekom unter der Produktmarke T-Mobile in den Schwerpunktmärkten in Europa und den USA anbietet, umfasst mobile Sprach- und Datendienste sowie mobile Breitbanddienste.

Geschäftskunden. Das operative Segment Geschäftskunden versorgt mit mehr als 56 000 Mitarbeitern Kunden von T-Systems in über 20 Ländern mit integrierten ICT-Lösungen. Der Schwerpunkt liegt dabei in den westeuropäischen Ländern Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien, Großbritannien, Österreich, Schweiz, Belgien und Niederlande. Insgesamt betreut die Geschäftskundensparte über 60 multinationale Konzerne und öffentliche Institutionen sowie rund 160 000 große und mittelständische Unternehmen.

Konzernzentrale & Shared Services. Die Konzernzentrale steuert strategische und segmentübergreifende Prozesse. Operative Leistungen, die nicht im direkten Bezug zum Kerngeschäft stehen, wie die Verwaltung von Immobilien oder das Fuhrparkmanagement, werden von den Shared Services erbracht.

Neue Konzernstrategie 2007.

Um globalen Trends der Zukunft und den spezifischen Herausforderungen der Deutschen Telekom gleichermaßen zu begegnen, wurde 2007 die Konzernstrategie „Konzentrieren und gezielt wachsen“ entwickelt. Die externe Vorstellung folgte im März 2007 im Rahmen der Bilanzpressekonferenz. Bereits im Juni 2007 begann die Umsetzung mit Gründung der drei Servicegesellschaften und der Einführung der neuen Markenarchitektur.

Die Konzernstrategie ist auf die folgenden vier Handlungsfelder ausgerichtet und schlägt sich in allen drei Geschäftsfeldern (Breitband/Festnetz, Mobilfunk und Geschäftskunden) des Konzerns nieder:

1. Verbessern der Wettbewerbsfähigkeit in Deutschland.
2. Wachstum im Ausland durch Mobilfunk.
3. Mobilisieren von Internet und Web-2.0-Trends.
4. Ausbau des ICT-Geschäfts.

Personalstrategie.

Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aller Abteilungen und Ebenen tragen mit ihrer Motivation und ihrem Know-how entscheidend zur erfolgreichen Umsetzung der Konzernstrategie und damit zur Zukunftsfähigkeit der Deutschen Telekom bei. Die Personalstrategie ist deshalb in enger Verzahnung mit der Konzernstrategie entwickelt worden. Wie die Konzernstrategie verfolgt sie die vier strategischen Stoßrichtungen „Wettbewerbsfähige Belegschaft“, „Talent Agenda“, „Servicekultur“ und „HR@2009“.

101

☰ Siehe Seite 46 ff. und Personalbericht 2007.

Wirtschaftliche Entwicklung.

Das Geschäftsjahr 2007 war für die Deutsche Telekom weiterhin durch das starke Wettbewerbsumfeld in der Telekommunikationsbranche sowie den fortschreitenden technologischen Wandel geprägt. Dennoch ist es dem Konzern gelungen, ein stabiles Wachstum zu erreichen. Der Gesamtumsatz konnte im Geschäftsjahr 2007 auf 62,5 Mrd. € gesteigert werden. Mehr als 50 % des Umsatzes erwirtschaftete die Deutsche Telekom außerhalb Deutschlands. Damit ist auch 2007 der Anteil des Auslandsumsatzes erneut gestiegen, und zwar um 3,8 %.

Insgesamt konnten wir in der wirtschaftlichen Entwicklung der Deutschen Telekom bereits deutliche Fortschritte verzeichnen. Die Anfang 2007 kommunizierten Ziele der Finanzplanung wurden erreicht:

- Steigerung des Konzernumsatzes um 1,9 % auf 62,5 Mrd. €.
- Übererfüllung der prognostizierten Zielgröße des bereinigten EBITDA mit 19,3 Mrd. €.
- Steigerung des Free Cash-Flow auf 6,6 Mrd. €. Damit übertraf dieser sowohl den Vorjahreswert von 6,3 Mrd. € (vor Auszahlungen für den Erwerb von Lizenzen in Höhe von 3,3 Mrd. €) um 4,4 % als auch unsere im November 2007 erhöhte Prognose von 6,5 Mrd. €.

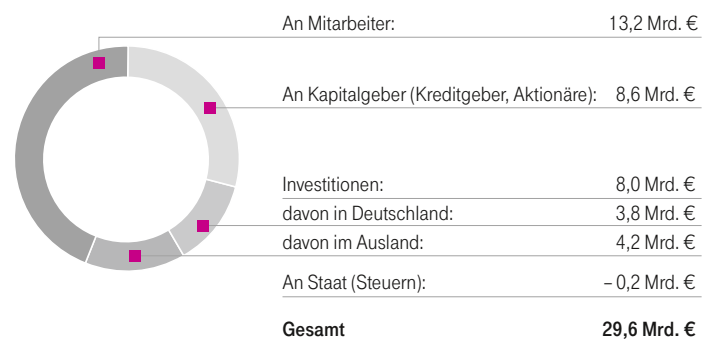
Außerdem konnte die Verschuldung im Jahr 2007 auf 37,2 Mrd. € gesenkt werden. Auf Grund der insgesamt positiven Entwicklung wichtiger Finanzkennzahlen hat sich der Vorstand der Deutschen Telekom gemeinsam mit dem Aufsichtsrat zu einer Dividendenerhöhung für die Aktionäre von 0,72 € auf 0,78 € je dividendenberechtigte Stückaktie für das Geschäftsjahr 2007 entschlossen.

Nettowertschöpfung. Das stabile wirtschaftliche Wachstum der Deutschen Telekom im Jahr 2007 hat es dem Konzern erneut ermöglicht, einen entscheidenden Beitrag zu volkswirtschaftlicher und sozialer Stabilität zu leisten. Dies verdeutlicht die Nettowertschöpfung. Sie zeigt auf, in welcher Form die Unternehmensleistung an die einzelnen Anspruchsgruppen beispielsweise in Form von Löhnen oder Steuern verteilt wird.

Die Nettowertschöpfung der Deutschen Telekom ergibt sich aus den Umsatzerlösen zuzüglich der Einzahlungen aus dem Verkauf von Vermögenswerten, abzüglich der Betriebskosten und sonstiger Ausgaben. Im Gegensatz zur Gewinn- und Verlustrechnung werden in der Nettowertschöpfungsrechnung nur tatsächliche Zahlungsströme berücksichtigt. Dies bedeutet, dass z. B. latente Steueraufwendungen und die Bildung von Rückstellungen die Nettowertschöpfung des Berichtsjahres nicht beeinflussen. Diese Aufwendungen mindern zwar bereits den Konzernüberschuss in der Gewinn- und Verlustrechnung, sind jedoch noch mit keiner Zahlung an eine Anspruchsgruppe verbunden. Die Auszahlungen hierfür erfolgen erst in der Zukunft und fließen somit auch erst in den Folgejahren in die Nettowertschöpfung ein.

Die Aufteilung der Wertschöpfung im Geschäftsjahr 2007 veranschaulicht die folgende Grafik:

Stand: 31. Dezember 2007



Gesellschaftlich verantwortliches Investment. In der 2007 eingeleiteten Bündelung und Profilierung unserer Corporate Responsibility (CR-)Aktivitäten sehen wir daher auch die Chance, unsere Attraktivität gegenüber unseren Investoren langfristig zu stärken. Social Responsible Investment (SRI)-Roadshows im Juni 2007 und Februar 2008 haben wir gezielt genutzt, um nachhaltig orientierten Investoren unsere Aktivitäten zu präsentieren und mit ihnen zu diskutieren. Auch unsere guten Ergebnisse in den SRI-Ratings aus dem Jahr 2007 sind für Anleger eine wichtige Orientierungsgrundlage. Sie tragen dazu bei, dass die T-Aktie in den wichtigsten Nachhaltigkeitsindizes und -fonds gelistet ist.

☰ Siehe Seite 60.


Integriert und fokussiert.

Mit unserer CR-Strategie richten wir die Deutsche Telekom organisatorisch und operativ auf ihre gesellschaftliche Verantwortung hin neu aus.





Strategie und Management. Weiterentwicklung bisheriger Aktivitäten.

Verantwortungsvolles Handeln sichert unsere Zukunftsfähigkeit und fördert die nachhaltige Entwicklung von Wirtschaft und Gesellschaft. Auf Grund dieser Einsicht bekennt sich die Deutsche Telekom zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit und berücksichtigt in ihrem Unternehmenshandeln sowohl soziale und ökologische als auch wirtschaftliche Ziele. Wir kommunizieren und kooperieren auf breiter Basis mit internen wie externen Stakeholdern und erfassen die gesellschaftlichen Erwartungen, die an uns als Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) gestellt werden, in umfassender und systematischer Weise. Mit dieser Orientierung am Stakeholderdialog schaffen wir die Voraussetzungen, um unsere Verantwortung für die Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit in vollem Umfang wahrnehmen zu können und unsere Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern. Um das Vertrauen unserer Kunden zu wahren, sehen wir uns in besonderer Weise verpflichtet, uns zu unserer unternehmerischen Verantwortung im Datenschutz – und natürlich darüber hinaus – zu bekennen.  Siehe Seite 22 f.

Unternehmenskultur und Unternehmenswerte.

Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung hat bei der Deutschen Telekom Tradition. Sie ist seit vielen Jahren integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Unternehmerische Verantwortung unterstützt die Vision, die Deutsche Telekom zum internationalen Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu machen. Wie wir diese Vision im Einklang mit den Erwartungen unserer Beschäftigten und weiterer Stakeholder umsetzen, kommt vor allem in unseren „T-Spirit“-Werten zum Ausdruck:



 201

Vielfältige externe Verpflichtungen. Unser Bekenntnis zur gesellschaftlichen Verantwortung drückt sich in zahlreichen freiwilligen internationalen und nationalen Selbstverpflichtungen aus. Mit ihnen haben wir viele der von unseren Stakeholdern formulierten Grundsätze und Normen anerkannt und diese in die eigene Unternehmenskultur freiwillig integriert bzw. in unser Managementsystem überführt. So trat der Konzern am 26. Juli 2000 als eines der ersten ICT-Unternehmen dem Global Compact der Vereinten Nationen (UN) bei und bekannte sich zu den zehn Prinzipien der Initiative. Wir übernehmen damit die Verpflichtung, die Menschenrechte zu achten, angemessene Arbeitsstandards einzuhalten und uns für Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung einzusetzen. Die im Jahr 2003 vom Vorstand verabschiedete Sozialcharta ist ebenfalls ein Commitment für grundlegende soziale Prinzipien, die insbesondere auf Menschenrechte, Arbeits- und Umweltnormen abzielen. Eine wichtige Orientierung für unser Unternehmenshandeln bilden zudem die Leitsätze der Organisation für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung (OECD) für multinationale Unternehmen, Umweltmanagementsysteme der International Organization for Standardization (ISO) sowie Kernarbeitsnormen der Internationalen Arbeitsorganisation (ILO). In Deutschland rief die Deutsche Telekom in Ausübung ihrer Verantwortung für kulturelle Vielfalt im Dezember 2006 als Erstunterzeichnerin gemeinsam mit der Deutschen Bank, BP und Daimler die Charta der Vielfalt ins Leben.

 Siehe Seite 49 f., 71.

 202 Weiterführende Informationen zum Global Compact und

 203 zur Charta der Vielfalt finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

CR-Strategieprozess.

Die gesellschaftlichen Anforderungen an internationale Konzerne sind in den vergangenen Jahren spürbar gewachsen. Vor allem externe Stakeholder artikulieren ihre vielfältigen Ansprüche mit zunehmendem Nachdruck, unterstützt durch Investorenverbände, Ratingagenturen und Medien. Neben diesem allgemeinen Bedeutungszuwachs, den die unternehmerische Verantwortung in der Öffentlichkeit erfahren hat, sehen wir uns vor allem auch als ICT-Dienstleister gefordert, Verantwortung für die Gestaltung einer nachhaltigen Zukunft zu übernehmen.

CR als Führungsthema. Im vierten Quartal 2007 begannen wir, alle Aktivitäten im Bereich Nachhaltigkeit und gesellschaftliches Engagement unter dem Begriff Corporate Responsibility (CR) in einem eigenständigen Bereich zu bündeln. Durch dessen Verankerung im Bereich des Vorstandsvorsitzenden wird die einheitliche Steuerung von CR im Konzern über alle Geschäftsfelder und Tochtergesellschaften hinweg ermöglicht. Parallel hierzu führten wir für unseren Strategieprozess eine Bestandsaufnahme durch. Dabei sichteten und bewerteten wir die bislang geltenden CR-relevanten Dokumente, Richtlinien und Managementprozesse der Deutschen Telekom. Um die an uns als ICT-Unternehmen gerichteten internen und externen Erwartungen in Zukunft noch besser würdigen zu können, begannen wir im Dezember 2007 zudem, Stakeholderanspruchsprofile zu erstellen. Hierzu führten wir Interviews mit internen und externen Stakeholdern, analysierten die Performance wichtiger Wettbewerber und die Ergebnisse von Ratingagenturen. Die Erkenntnisse wurden zusammengefasst, gefiltert, bewertet und anschließend für eine interne Lückenanalyse unserer CR-Performance genutzt.

Neue Aufgabenstellung und neues Verständnis. Mit unserer neuen CR-Strategie richten wir die Deutsche Telekom organisatorisch und operativ auf ihre gesellschaftliche Verantwortung hin neu aus. Am 2. September 2008 verabschiedete der Vorstand die Vorlage, die unser neues CR-Verständnis, die sich daraus ergebenden Aufgabenstellungen und den organisatorischen Rahmen bestimmt. Ausgangspunkt ist folgender Anspruch:

Die Deutsche Telekom will international führend werden in CR. Sie bekennt sich zu einem verantwortungsbewussten Handeln im Sinne der Nachhaltigkeit und ist bestrebt, die wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und ökologischen Auswirkungen ihres Handelns dauerhaft miteinander in Balance zu bringen. Der Konzern bezieht alle Aspekte der Nachhaltigkeit verbindlich in seine unternehmerischen Tätigkeiten ein. Das Unternehmen tritt aktiv und verstärkt in Dialog mit seinen Stakeholdern und gestaltet diesen offen und transparent.

Bereits heute ist die Deutsche Telekom Vorreiter in vielen Aktionsfeldern wie Klimaschutz und Supply Chain Management. Dies bestärkt uns in der Überzeugung, dass wir den Anspruch auf CR-Führung innerhalb weniger Jahre einlösen können.

Konsequenzen und neue CR-Ziele. Die neue CR-Strategie hat maßgebliche Auswirkungen auf die Geschäftsprozesse der Deutschen Telekom:

- Das CR-Management umfasst mittel- bis langfristig die gesamte Wertschöpfungskette des Unternehmens und verfolgt das Ziel, diese nachhaltig und damit wertsteigernd auszurichten. Damit verbunden sind das Erarbeiten von CR-Key Performance Indicators (KPI), die Entwicklung einer CR-Maßnahmen Roadmap und das Monitoring unserer Ziele.
- Geschäftsrelevante Entscheidungen des Managements werden auf die Aspekte der Nachhaltigkeit hin abgewogen.
- Gesellschaftliche Veränderungsprozesse werden frühzeitig in die Produkt- und Serviceentwicklung einbezogen. Damit sollen künftige Innovationsprozesse verstärkt CR-Aspekte berücksichtigen.
- Die Deutsche Telekom pflegt einen aktiven Austausch mit Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie externen Stakeholdern, um deren Erwartungen an das Unternehmen besser berücksichtigen zu können und damit das Vertrauen in das Unternehmen zu stärken.

Profilierung in strategischen Handlungsfeldern. Die neue CR-Strategie definiert drei Handlungsfelder, die in enger Verbindung mit unserem Kerngeschäft stehen und von der Gesellschaft bzw. unseren Stakeholdern als besonders relevant bewertet werden:

- Connected Life and Work,
- Connect the Unconnected und
- Low Carbon Society.

Die Deutsche Telekom nimmt in jedem der drei CR-Handlungsfelder als „Enabler“ eine Schlüsselposition ein, indem sie die Mitglieder der Gesellschaft zu wichtigen Leistungen befähigt: Sie erschließt den Menschen neue Entfaltungsmöglichkeiten im Geschäfts- und Privatleben, sie schafft Partizipationschancen für viele, die bisher von der Informations- und Wissensgesellschaft ausgeschlossen waren, und sie befähigt ihre Kunden und Mitarbeiter, große Mengen an CO₂-Emissionen einzusparen.

Connected Life and Work: Leben und Arbeiten im Netz nachhaltig gestalten. Unser Beitrag zur Vernetzung der Arbeits- und Lebenswelt ist Teil unseres Kerngeschäfts. Die zentrale Frage aus CR-Sicht in diesem Bereich heißt: Wie können wir unsere Kunden, aber auch unsere Beschäftigten dabei unterstützen, ihre Lebens- und Arbeitsqualität zu verbessern? Wir sehen die zentralen Herausforderungen darin, den Wandel der Arbeits- und Lebenswelt mit vorbildlichen und vertrauensfördernden Konzepten zu gestalten. Darüber hinaus wollen wir den Menschen hilfreiche und nützliche Dienste zur Verfügung stellen, ihnen mehr Lebensqualität ermöglichen und ihr Vertrauen in sichere ICT-Dienste und -Prozesse festigen.

Connect the Unconnected: Integration in die Informations- und Wissensgesellschaft. Viele Menschen haben aus kulturellen, wirtschaftlichen oder gesundheitlichen Gründen nicht die Möglichkeit, digitale Medien zu nutzen. Unsere Leitfrage in diesem Handlungsfeld lautet: Wie können wir die Menschen befähigen, an der Informations- und Wissensgesellschaft teilzunehmen? Die Deutsche Telekom hat in der Vergangenheit einiges unternommen, um diesen Auftrag auszuführen. Wir sehen aber weiterhin für uns die Herausforderung, die Chancengleichheit zu verbessern und den sog. Digital Divide zu überwinden, indem wir benachteiligte Menschen integrieren und neue Geschäftsmodelle, Projekte und Dienste anbieten. Breitbandtechnologie für alle und bedienerfreundliche Technik sind deshalb auch Schwerpunkte dieses Handlungsfelds.

Low Carbon Society: Wege zur CO₂-reduzierten Gesellschaft. ICT-Prozesse sind mit Energieverbrauch und CO₂-Emissionen verbunden. Sie können aber auch ganz erheblich zu deren Einsparung beitragen. Unsere Leitfrage heißt in diesem Zusammenhang: Wie können wir uns und unsere Kunden dazu befähigen, wirkungsvoll zum Klimaschutz beizutragen? Zu den wichtigsten Herausforderungen in diesem Handlungsfeld gehören die Steigerung der Energieeffizienz sowie die Nutzung sauberer Energie. Wir wollen darum Innovationen unterstützen, die uns helfen, Stromverbrauch und CO₂-Emissionen zu entkoppeln. Wir beabsichtigen, neue Produkte und Dienste mit möglichst geringen Umweltauswirkungen zu entwickeln. Dazu gehört auch die Weiterentwicklung unserer bereits sehr erfolgreichen Green IT Konzepte.

Unsere Strategie Roadmap. In unserem CR-Strategieprozess stehen bis zum Jahr 2010 zusätzlich folgende ausgewählte Schwerpunkte auf der Agenda:

- Weiterentwicklung und Implementierung von CR-Zielen und CR-KPIs
- Erstellen eines erweiterten CR-Programms auf der Basis der neuen Ziele und KPIs
- Weiterentwicklung einer konzernweiten Umweltschutz- und Energiestrategie
- Weiterentwicklung und Implementierung der konzernweiten E-Waste-Strategie
- Implementieren eines konzernweiten Umweltmanagementsystems
- Sicherstellung der systematischen Einbeziehung von Nachhaltigkeitsaspekten in die Produkt- und Dienstentwicklung
- Weiterentwicklung des Supply Chain Managements
- Entwicklung einer neuen konzernweiten CR-Kommunikationsstrategie zur verstärkten Einbindung der Stakeholder

Neue CR-Governance im Konzern.

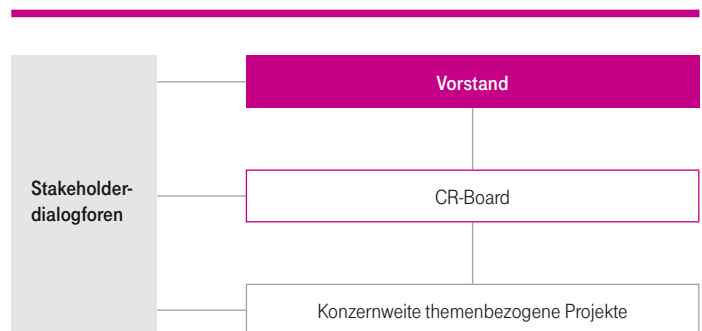
Wir haben im vierten Quartal 2007 begonnen, für das CR-Management der Deutschen Telekom konzernweit eine neue, effiziente Organisationsstruktur aufzubauen. So etablierten wir zum Jahresbeginn 2008 eine zentrale strategische Einheit und Schnittstelle.

Dieser neue CR-Bereich ist als eigenständige Einheit organisiert und innerhalb der Unternehmenskommunikation angesiedelt, welche direkt an den Vorstandsvorsitzenden berichtet. Seinerseits berichtet der CR-Bereich regelmäßig an den Vorstand und berät diesen in allen Fragen der nachhaltigen Unternehmensführung und CR. Es ist die Aufgabe des neuen Bereichs, unsere CR-Aktivitäten mittels Zielen und KPIs konzernweit strategisch zu steuern und die breite CR-Kompetenz im Konzern zu nutzen.

Zur Verankerung und Umsetzung von CR im Konzern wird ein weiteres Gremium etabliert: Mindestens zweimal jährlich versammeln sich die Leiter relevanter zentraler Bereiche im CR-Board. Es hat den Auftrag, die konzernweit gültige CR-Strategie im Unternehmen zu verankern sowie für eine enge Verzahnung zwischen CR- und Konzernstrategie sowie den Konzernwerten zu sorgen. Das CR-Board empfiehlt dem Vorstand wichtige Aspekte der CR-Strategie des Gesamtkonzerns. Es bestimmt die Kommunikationsschwerpunkte und legt die Stakeholderstrategie fest.

Die operative Umsetzung der CR-Strategie in den Geschäftsfeldern und Beteiligungen des Konzerns erfolgt themenbezogen in Projekten unter Einbeziehung der relevanten Vertreter der operativen Segmente und unserer ausländischen Tochtergesellschaften. Diese Vorgehensweise fördert den Austausch von Best Practice und unterstützt die CR-Kooperationskultur.

CR-Governance.*



* Schematische Darstellung.

Um die Einbeziehung der Stakeholder sicherzustellen, wird die Deutsche Telekom zukünftig geeignete Dialogforen einrichten, die mit externem Sachverstand den Vorstand und das Unternehmen in relevanten Fragen beraten. Die Koordination hierfür liegt in der Verantwortung des Vorstandsbeauftragten für Nachhaltigkeit und Klimaschutz der Deutschen Telekom.

Um gesellschaftliche Verantwortung verbindlich und konzernweit in die Abläufe zu integrieren, hat das Unternehmen in den vergangenen Jahren eine Vielzahl CR-relevanter Konzernrichtlinien verabschiedet. Alle Richtlinien des Konzerns sind unseren Mitarbeitern über die Richtliniendatenbank zugänglich und werden aktiv kommuniziert. Im Folgenden ist eine Auswahl unserer Richtlinien aus unterschiedlichsten Konzernbereichen abgebildet:

- Umweltpolitik und Klimaschutz
- Code of Conduct
- Sozialcharta
- Elektromagnetische Felder
- Diversity Policy
- Nachhaltige Einkaufsstrategie
- Einkaufsrichtlinie
- Leitlinie Nachhaltigkeitsstrategie
- Spendenrichtlinie
- Daten- und Infoschutzkonzept
- Konzerndatenschutzhandbuch
- Konzernleitlinie zur kontinuierlichen Verbesserung von Datenschutz und -sicherheit
- Privacy Code of Conduct
- Radio Frequency Identification (RFID-)Selbstverpflichtung
- Verhaltenskodex Jugendschutz der Mobilfunkanbieter
- Richtlinie konzerninterne Corporate Governance
- Anti Fraud Richtlinie

Compliance Management.

Übereinstimmung mit Gesetzen und Vorschriften, kurz: Compliance, ist eine Mindestanforderung an eine gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung und Grundelement unserer CR. Um die Voraussetzungen für eine lückenlose Compliance zu schaffen, hat der Konzern einen für alle Beschäftigten verbindlichen Code of Conduct aufgelegt und konzernweite Organisationsstrukturen eingerichtet.

Konzernweite Compliance Organisation. Bereits im Jahr 2005 hat die Deutsche Telekom eine zentrale Organisation für alle Compliance Fragen geschaffen. Ihr Auftrag besteht darin, das unternehmerische Handeln in Fragen des Werte und Compliance Managements sowie bei bestimmten Governance Aufgaben zu unterstützen. Sie formuliert konzernweite Compliance Standards und begleitet die Umsetzung in Prozesse wie die Umsetzung des Sarbanes-Oxley Act (S-OX) in unserem internen Kontrollsystem oder das Monitoring der Audit Services Policy. Auch die Fortentwicklung unseres Whistleblower Prozesses und die Koordinierung unseres Anti Fraud Managements gehören zu ihren Aufgaben.

Außerdem hat die Deutsche Telekom ein Compliance Committee eingerichtet, das den Vorstand bei der Erfüllung seiner Aufgaben unterstützt, die notwendigen Strukturen für ein funktionsfähiges Werte und Compliance Management einzurichten, aufrechtzuerhalten und zu überwachen.

Mitglieder des Compliance Committee sind erfahrene Führungskräfte der Bereiche Compliance, Recht, Konzernrevision, Konzernsicherheit, Personal. Der vom Vorstand ernannte Chief Compliance Officer ist Vorsitzender des Compliance Committee. Er berichtet an den Konzernvorstand sowie direkt an das Audit Committee und den Aufsichtsrat. In den Geschäftsfeldern wurde jeweils ein Compliance Officer benannt.

Konzerneigener Code of Conduct. Seit Frühjahr 2006 gilt für alle Beschäftigten der Deutschen Telekom ein schriftlich fixierter, verbindlicher Code of Conduct. Er richtet sich in zahlreichen Übersetzungen an alle Mitarbeiter, auch Zeitarbeiter und Berater der Deutschen Telekom. Er ist Grundlage einer offenen, demokratischen und rechtskonformen Unternehmenskultur, der wir verpflichtet sind und die wir jeden Tag aufs Neue mit Leben erfüllen müssen. Mit ihrem Code of Conduct erfüllt die Deutsche Telekom die Anforderungen von Stakeholdern und Social Responsible Investment (SRI-)Ratings an eine nachvollziehbar wertorientierte und rechtlich verantwortungsvolle Unternehmensführung und schafft einen verlässlichen Orientierungsrahmen für ihr Geschäft. Wir erwarten uns von der Anwendung unseres Code of Conduct außerdem eine weitere Stützung unserer Unternehmens- und Servicekultur und eine zunehmende Schärfung eines möglichen Unrechtsbewusstseins unserer Mitarbeiter. Zentrale Elemente des Code of Conduct sind die Einhaltung sozialer Mindeststandards, ein Bekenntnis zur nachhaltigen Wirtschaftsweise, Datenschutz auf hohem Niveau sowie die Sicherung der materiellen und immateriellen Werte des Konzerns. Der Kodex fordert außerdem die Beschäftigten auf, alle Chancen und Potenziale für eine nachhaltige Wertsteigerung des Konzerns zu nutzen, und verlangt die Achtung fremder Kulturen. Er gibt Hinweise für das richtige Verhalten bei Interessenkonflikten und verbietet jegliches korrupte Verhalten oder Geldwäsche. Klar geregelt ist auch die Spendenpraxis. Für den Umgang mit Lieferanten, Aktionären sowie Wettbewerbern wird ein partnerschaftliches bzw. faires Verhalten verlangt. Ergänzend formuliert der Code of Conduct eine Reihe von Leitgedanken zur Förderung der Beschäftigungsfähigkeit der Mitarbeiter, zu ihrer personellen und kulturellen Vielfalt und zum Umgang mit den Arbeitnehmervertretern. Um Verletzungen des Code of Conduct wirkungsvoll verfolgen zu können, haben wir die Aufforderung ins Regelwerk aufgenommen, Verstöße oder Verdachtsfälle zu melden. Hierfür stehen verschiedene Ansprechpartner oder Portale zur Wahl. Wenn Diskretion erwünscht ist, kann dies auch anonym geschehen. Der vertrauliche Umgang mit den Daten der Hinweisgeber ist sichergestellt.


Die konzernweite Implementierung des Code of Conduct ist ein Prozess, der bei der Integration unserer CR-Aktivitäten eine wichtige Rolle spielt. Der Verhaltenskodex baut eine Brücke zwischen dem gemeinsamen Wertekanon unseres Konzerns „T-Spirit“ und den zahlreichen gesetzlichen und außergesetzlichen Normen bzw. Richtlinien, die unser Unternehmenshandeln und das Handeln unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreffen. Sämtliche Richtlinien inklusive des Code of Conduct sind für alle davon Betroffenen auf der Richtlinienbank im Intranet des Konzerns einsehbar. Die Umsetzung des Code of Conduct unterstützen wir über interne Medien. Die Führungskräfte aller unserer Mehrheitsbeteiligungen sorgen dafür, dass die Vorschriften und Empfehlungen des Code of Conduct in allen Teams bekannt sind und breite Akzeptanz finden.

Anti Fraud Management. Integraler Bestandteil unseres konzernweiten Compliance Managements ist das Anti Fraud Management. Es dient der systematischen Verhinderung von Wirtschaftskriminalität und stellt ein wesentliches Element unserer Unternehmenskultur dar. Seine grundlegenden Prinzipien fasst die Fraud Policy der Deutschen Telekom vom Februar 2006 zusammen. Sie leistet eine trennscharfe Definition des Begriffs, listet typische Fälle auf und formuliert anhand einiger grundlegender Prinzipien einen Maßnahmenkatalog zur Bekämpfung von Wirtschaftskriminalität. Vorbeugende Wirkung erzielen wir durch eine klare organisatorische Aufgabenverteilung, intensivierten Schulungen und eine erhöhte Sorgfalt vor allem bei der Delegation von Verantwortung. Wir analysieren auftretende Betrugsrisiken systematisch und dokumentieren die aufgetretenen Fälle. Um in Verdachtsfällen frühzeitig einschreiten zu können, haben wir in allen Organisationseinheiten Kontakte eingerichtet und machen diese auf geeignete Weise bekannt. Unseren Informanten bieten wir Vertrauensschutz. Wer sich in einem Verdachtsfall nicht an direkte oder indirekte Vorgesetzte bzw. Kontaktpersonen wenden möchte, kann unsere Hinweisgeberportale nutzen.

Hinweisgeberportale. Als Teil ihres Werte und Compliance Programms hat die Deutsche Telekom bei der Implementierung des Code of Conduct am 19. Februar 2006 mit der „Ethikline“ ein Hinweisgeberportal als „Eingangstor“ für Hinweise auf Verstöße gegen den Kodex eingerichtet. Auf Grund der Vorschriften des S-OX wurden zwei weitere Meldewege bereitgestellt, das Business Keeper Monitoring System (BKMS) und das Portal über das Aufsichtsratsbüro für den Whistleblower Prozess. Die Eingangstore unterscheiden sich durch den Grad der Anonymität und ihres Rechtsgrunds.

Die statistische Auswertung der in der „Ethikline“ eingegangenen Hinweise zeigt, dass die Regelungen des Code of Conduct innerhalb des Konzerns wahrgenommen werden und die damit verbundenen Angebote auf große Resonanz stoßen.

Transparente Unternehmensführung. Die Deutsche Telekom erfüllt die strengen US-amerikanischen Kapitalmarktanforderungen der Sektion 404 des S-OX. Um hierfür den Nachweis zu führen, haben wir einen Prozess zur systematischen Bewertung der Effektivität des internen Kontrollsystems der Finanzberichterstattung implementiert. Das Kontrollsystem wird laufend optimiert. Seine Funktionsfähigkeit wurde für das Geschäftsjahr 2007 von den Abschlussprüfern und der internen Revision bestätigt. Die Deutsche Telekom bekennt sich darüber hinaus zum Deutschen Corporate Governance Kodex. Der Kodex fasst eine Reihe in Deutschland geltender Normen zusammen und gibt Empfehlungen für mehr Transparenz in der Unternehmensführung sowie mehr Unabhängigkeit von Aufsichtsräten und Abschlussprüfern. Der Konzern entsprach im Berichtszeitraum ohne Ausnahme sämtlichen Empfehlungen der Regierungskommission Deutscher Corporate Governance Kodex.

Im Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2007 stellt die Deutsche Telekom dar, dass sie Partei in mehreren gerichtlichen und außergerichtlichen Verfahren mit Behörden, Wettbewerbern und anderen Beteiligten ist.  Siehe Geschäftsbericht 2007.

Integriertes Risiko- und Chancenmanagement. Die Deutsche Telekom betreibt ein ganzheitliches Risiko- und Chancenmanagementsystem. Das System hilft uns, unsere Chancen – unter Berücksichtigung der damit verbundenen Risiken – konsequent zu nutzen. Die frühzeitige Identifizierung, Bewertung und das Managen von Risiken und Chancen sind integraler Bestandteil der konzernweiten Planungs-, Steuerungs- und Kontrollsysteme. Im Rahmen der Strategie- und Innovationsentwicklung bewerten wir außerdem die Chancen der Deutschen Telekom mittels umfassender Marktanalysen im Hinblick auf konkrete Kundensegmente und Märkte.

Das Reporting der wesentlichen Risiken und Chancen erfolgt quartalsweise – bei unerwarteten Ereignissen auch ad hoc – an den Vorstand. Dieser informiert den Aufsichtsrat. Das Risikomanagementsystem sowie die intensive Befassung mit dem Risikobericht sind darüber hinaus regelmäßiger Bestandteil der Sitzungen des Prüfungsausschusses des Aufsichtsrats.

Wir entwickeln unser Risiko- und Chancenmanagementsystem im Hinblick auf alle relevanten Stakeholder Issues kontinuierlich weiter und unterziehen unsere Risikomanagementprozesse einer regelmäßigen Prüfung durch die interne Revision. Außerdem lassen wir uns die Tauglichkeit des Risikofrüherkennungssystems durch die Abschlussprüfer des Geschäftsberichts bestätigen. Das System entspricht demnach den gesetzlichen Anforderungen und steht im Einklang mit den deutschen Corporate Governance Grundsätzen.

Stakeholderdialoge.

Der verantwortlich geführte Dialog mit unseren unterschiedlichen Stakeholdergruppen – darunter unsere Kunden, Anteilseigner, Lieferanten, Anwohner und Beschäftigten ebenso wie Nichtregierungsorganisationen (NGOs), Verbände sowie wissenschaftliche und politische Institutionen – ist ein wichtiges Steuerungsinstrument in unserem CR-Management. Er hilft uns, Unternehmensrisiken besser einzuschätzen und unser CR-Engagement zu optimieren. Wir erfahren dabei, in welchen Bereichen wir uns verstärkt engagieren sollten und wie wir unsere Prozesse und Produkte weiter verbessern können. Außerdem nutzen wir die im Dialog gewonnenen Erkenntnisse für die kontinuierliche Weiterentwicklung unserer CR-Strategie. Stakeholdererwartungen werden hierfür systematisch erfasst und nach ihrer Relevanz bewertet. Auf Seiten der Stakeholder sichern wir uns im Gegenzug Verständnis für das wirtschaftliche Handeln unseres Unternehmens und Akzeptanz für notwendige Schritte. In Bereichen, in denen wir eine besondere Verantwortung der Deutschen Telekom sehen, initiieren wir darüber hinaus von uns aus Dialoge und befragen wichtige Stakeholder aktiv zu ihren Erwartungen.

Zur Koordination unserer vielfältigen Dialogaktivitäten haben wir sowohl zentral, auf Ebene der Unternehmenskommunikation, als auch auf Ebene der Landesgesellschaften spezielle Verantwortlichkeiten geschaffen und den Stakeholderdialog in unserem CR-Management verankert. So können wir die Botschaften richtig einordnen, die für den Dialog passenden Kanäle wählen und diejenigen Stakeholder identifizieren, die die Diskussionen in bestimmten Themenfeldern voranbringen bzw. Lösungen für die jeweiligen Fragestellungen beisteuern können. Ein Frühwarnsystem hilft uns, Veränderungen in der öffentlichen Wahrnehmung zentraler Issues zeitig festzustellen und uns mit geeigneten Dialogangeboten darauf einzustellen und nötigenfalls geeignete CR-Prozesse einzuleiten.

Konstruktiver Austausch. Offenheit und Transparenz sind im Gespräch mit Menschen anderer sozialer und kultureller Hintergründe von großer Bedeutung. Diese Erfahrung machen wir beim lokalen Dialog mit Anwohnern ebenso wie beim Austausch mit UN-Vertretern. Es gehört zu unserer Unternehmenskultur, uns den Gesprächspartnern respektvoll zu öffnen und uns in deren Perspektive zu versetzen. Auf diese Weise können wir einen Beitrag zur Verbesserung des Gesprächsklimas leisten, Notwendigkeiten, die wir sehen, im Dialog vermitteln und mit unserem Know-how als ICT-Konzern zur Lösung von Problemen beitragen.

Die Deutsche Telekom führt auf ganz unterschiedlichen Ebenen Stakeholderdialoge, darunter den „Konzern-Nachhaltigkeitstag“, den wir seit 2007 als „CR-Tag“ weiterführen. Dort tauschten wir uns mit bis zu 350 Teilnehmern aus Wissenschaft, Politik, NGOs, Wirtschaft und Kultur zu aktuellen CR-Themen aus. Auf dem ersten „CR-Tag“ im September 2007 diskutierten interne und externe Experten unter dem Motto „Unternehmenserfolg = Geschäft plus Ethik“ die wichtigsten Themen und Perspektiven der unternehmerischen Verantwortung. Konzernvorstand René Obermann stellte die neue CR-orientierte Struktur der Deutschen Telekom vor und machte die Bedeutung einer umfassenden strategischen CR-Ausrichtung des Konzerns deutlich.

Eine weitere konzernweite Veranstaltung stellt der 2008 neu geschaffene „Stakeholder Dialog Day“ dar. Bei der ersten Dialogrunde am 2. April diskutierten über 40 Vertreter aus fünf Stakeholdergruppen das Thema nachhaltiges Beschaffungswesen als globale Herausforderung. Lieferanten, Analysten und Mitarbeiter sowie Vertreter von NGOs und Universitäten brachten zahlreiche Anregungen ein. Im Fokus standen die Themen Energieeffizienz, Arbeitsbedingungen sowie Abfall- und Entsorgungsmanagement. Die Teilnehmer erteilten der Deutschen Telekom ein gutes Zeugnis, wiesen aber auch auf Verbesserungspotenziale hin, die wir zurzeit eingehend prüfen. Es kristallisierte sich ein klares Anforderungsprofil für die verantwortungsvolle Gestaltung der Wertschöpfungskette heraus.

📖 Siehe Seite 39 f.

In den einzelnen Tochtergesellschaften haben wir zu den Themen Umwelt bzw. Nachhaltigkeit unterschiedliche Foren eingerichtet, so z. B. die „KlimaTage“ bei T-Mobile, bei denen wir im November 2007 die Hessische Gesellschaft für Ornithologie und Naturschutz in unserer Bonner Zentrale zu Gast hatten. Schwerpunkte der Veranstaltung, an der sich auch die Deutsche Umwelthilfe beteiligte, waren Konzepte zu den Themen Arten- und Klimaschutz.

Unter unseren Mitarbeitern führen wir regelmäßig umfangreiche repräsentative Mitarbeiterbefragungen durch. Um außerdem die aktuelle Einschätzung unserer Belegschaft in Erfahrung zu bringen, starteten wir 2007 mit „spirit@telekom“ sog. Pulsbefragungen im Intranet. Dabei können die Beschäftigten in kurzen, stark fokussierten Fragebögen ihre Bewertung zu bestimmten Punkten abgeben. Auf Grund des großen Erfolgs von „spirit@telekom“ als internes Steuerungsinstrument werden wir die Pulsbefragungen 2008 konzernweit einführen.

📍 204

Verantwortung zeigen. Die Deutsche Telekom wirkt an zahlreichen internationalen Gremien, Organisationen und Initiativen mit, die sich mit CR-relevanten Fragen beschäftigen. Als Global Player sehen wir uns in der Verantwortung, an zivilgesellschaftlichen Initiativen wie dem Global Compact teilzunehmen, uns für die weltweite Durchsetzung ihrer Prinzipien einzusetzen und an der Zukunft der Initiativen gestaltend mitzuwirken. Da wir große Chancen in einem effizienten Management von CO₂-Emissionen sehen und gemeinsam mit anderen die Entwicklung globaler finanzwirtschaftlicher Instrumente zur Bekämpfung des Klimawandels voranbringen wollen, beteiligen wir uns an den Umfragen des „Carbon Disclosure Project“. Um unsere Branchenverantwortung auch in Bereichen wahrnehmen zu können, die über die Einflussmöglichkeiten einzelner Unternehmen hinausgehen, arbeiten wir eng mit anderen Unternehmen der ICT-Branche zusammen. Ein gutes Beispiel hierfür ist die Gründung der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) im Jahr 2001. Als Vollmitglied und eine der treibenden

Regulierung und Politik – im Dialog mit den Entscheidungsträgern.

Die Verfügbarkeit von Informations- und Kommunikationsdiensten und die ihnen zugrundeliegenden Infrastrukturen werden immer stärker zu einer wesentlichen Voraussetzung für das Leben moderner Gesellschaften und ihren wirtschaftlichen Erfolg. Die rasante Entwicklung und ständige Veränderung der Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) stellt daher Entscheidungsträger in Politik und Regulierungsbehörden vor besondere Herausforderungen.

Telekommunikationsnetze und -dienste unterliegen in den meisten Ländern, in denen die Deutsche Telekom tätig ist, immer noch einem hohen Maß spezieller regulatorischer Verpflichtungen. Diese gelten zusätzlich zu den für alle Unternehmen geltenden gesetzlichen Verpflichtungen, wie z. B. dem allgemeinen Wettbewerbsrecht und dem Verbraucherschutz. Der gesamte rechtliche Rahmen hat, insbesondere in sich so schnell entwickelnden und verändernden Branchen wie der ICT-Branche, nicht nur erheblichen Einfluss auf den heutigen Geschäftserfolg. Vielmehr hat er entscheidenden Einfluss auf das Investitionsverhalten der Unternehmen in Infrastruktur, Technologie und in den Diensten von morgen. Mit den heute getroffenen politischen, gesetzlichen und regulatorischen Entscheidungen wird daher wesentlich die Verfügbarkeit zukünftiger Verbraucher- und Business-Produkte beeinflusst. Politiker, Regierungen und Regulierer sind daher maßgeblich auf die Informationen aus dem Wirtschaftsprozess, d. h. von Verbrauchern und Unternehmen, angewiesen. Die ICT-Unternehmen verfügen zudem über das Wissen zu Technik und Investitionsvoraussetzungen.

Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Integrität.

Als eines der größten Unternehmen in der Telekommunikationsbranche ist die Deutsche Telekom bevorzugter Gesprächspartner für Entscheidungsträger aus Politik, Regierung und Regulierungsbehörden. Zusätzlich engagiert sich der Konzern auch aus eigenem Anlass für einen intensiven Dialog mit Vertretern dieser Institutionen. Dies betrifft z. B. Fragen des Unternehmens Deutsche Telekom im In- und Ausland, der Art des Informations- und Kommunikationsgeschäfts und allgemeine Fragen des Wirtschafts- und Branchenumfelds. Neben der Mitwirkung an öffentlichen Anhörungen und Veranstaltungen engagiert sich die Deutsche Telekom aber auch in Einzelgesprächen und mit schriftlichen Stellungnahmen im politischen und parlamentarischen Raum.

Unsere Positionen sind faktenbasiert und geben unmissverständlich die Vorstellungen des Unternehmens wieder. Erst dadurch werden diese von den Empfängern und Lesern als vertrauenswürdig erachtet und können in die Meinungsbildung von Politik, Regierung und Regulierungsbehörden Eingang finden. Entscheidend ist daher die langfristige Kompetenz, Glaubwürdigkeit und Integrität der Deutschen Telekom im In- und Ausland, d. h. sowohl des Unternehmens insgesamt als auch ihrer einzelnen Vertreter. Viele der schriftlichen Stellungnahmen des Unternehmens werden von den empfangenden Behörden, Verbänden und ihren Gremien veröffentlicht. Für die Deutsche Telekom ist es zudem 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.

Die Deutsche Telekom bringt sich über Mitgliedschaften aktiv in die Arbeit von Wirtschaftsverbänden ein. In Deutschland sind dies beispielsweise die Spitzenverbände der Industrie und der ICT-Branchenverband BITKOM. Auf europäischer Ebene erstreckt sich das Engagement von sektoralen Verbänden wie z. B. der European Telecommunications Network Operators' Association (ETNO) und der GSM Association, in denen politische Rahmenbedingungen und technische Standards im Telekommunikationssektor diskutiert werden, bis zu sektorübergreifenden Verbänden. Dazu zählt beispielsweise die International Chamber of Commerce (ICC) zur Förderung von Freihandel, Wirtschaftswachstum und Zusammenarbeit oder das World Economic Forum (WEF), das globales Wirtschaftswachstum und soziale Entwicklung fördern möchte.

Das Gemeinwohl im Blick.

Die Deutsche Telekom steht national und international in einem harten wirtschaftlichen Wettbewerb. Wir haben klare Vorstellungen von den gesetzlichen, politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen. Mit über 150 Millionen Kunden weltweit haben wir aber natürlich auch unsere Kunden und das Gemeinwohl im Blick. So engagiert sich die Deutsche Telekom weltweit über unzählige freiwillige Verpflichtungen (Selbstregulierung) mit anderen Unternehmen, Politik und natürlich zivilgesellschaftlichen Organisationen. Einige dieser Vereinbarungen sind in diesem Bericht detailliert aufgeführt, z. B. im Bereich der Klimaschutz- oder der Jugendschutzpolitik. Darüber hinaus dient das politische Engagement der Deutschen Telekom in vielen Bereichen auch unmittelbar den Verbrauchern und kleineren Unternehmen. Dies gilt z. B. für unsere Initiative einer breitbandigen Versorgung ländlicher Räume mittels zusätzlicher Frequenzen für den Mobilfunk (Digitale Dividende) und einen investitionsfördernden Regulierungsrahmen für den Aufbau breitbandiger Hochleistungsnetze (Glasfaser). Auch in der Verbesserung des Kundenservices für die Verbraucher ist die Deutsche Telekom politisch aktiv: Im Rahmen ihres umfangreichen Engagements im Umfeld des IT-Gipfels der Bundesregierung hat die Deutsche Telekom 2007 – neben weiteren Vertretern der Branche, von Verbänden, aus der Wissenschaft und der Regierung – maßgeblich an der Erarbeitung eines „Leitfadens für eine verbraucherfreundliche Kundenbetreuung“ mitgearbeitet und diesen Leitfaden als eines der ersten Unternehmen unterzeichnet.

Kräfte haben wir uns u. a. zur Förderung von Multi-Stakeholder Kooperationen verpflichtet. Arbeitsschwerpunkt ist die branchenübergreifende Zusammenarbeit der Unternehmen mit Regierungen und NGOs bei der Entwicklung nachhaltiger Lösungen in Handlungsbereichen wie Klimawandel, Globalisierung, Supply Chain Management und Elektronikschrott.

Ein Beispiel für unser Engagement bei nationalen Initiativen ist unsere Mitgliedschaft bei econsense, dem Forum Nachhaltige Entwicklung der Deutschen Wirtschaft e. V. Das Unternehmensnetzwerk versteht sich als Thinktank und zentrale Dialogplattform für Nachhaltigkeit und CR. Die Deutsche Telekom beteiligt sich an Projekt- und Arbeitskreisen und wirkt im Lenkungskreis von econsense mit.

 **205** Eine umfangreiche Liste weiterer Foren, auf denen sich die Deutsche Telekom engagiert, finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Reporting nach Relevanzkriterien.

Um die wesentlichen CR-Themen für die Berichterstattung der Deutschen Telekom zu bestimmen, veranstalteten wir im Dezember 2007 einen Materiality Workshop. Dabei beurteilten wir die Relevanz der Themen zum einen aus der Warte unserer Stakeholder und zum anderen aus unserer Unternehmenssicht. Über diejenigen Themen, die aus beiden Perspektiven als wichtig oder sehr wichtig gelten, berichten wir im vorliegenden Printbericht. Die übrigen sind Gegenstand der Onlineberichterstattung oder bleiben bei geringer Relevanzbewertung vorläufig unerwähnt. Als Kriterien brachten wir auf Stakeholderseite die Dominanz der Themen in den öffentlichen Diskussionen und deren Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft in die Bewertung ein. Auch die Nähe der Themen zur Unternehmenstätigkeit und zur Nachhaltigkeitsleistung des Konzerns sowie die Übereinstimmung mit internen Normen und Standards wurden bei der Bewertung berücksichtigt. Auf Unternehmensseite untersuchten wir den Einfluss der Themen auf die ökonomische, ökologische oder soziale Performance des Unternehmens sowie die Intensität der Diskussionen innerhalb des Konzerns. Auf Grundlage dieser Kriterien gaben Verantwortliche aus verschiedenen Abteilungen sowie der Zentrale ihre Bewertung ab. Die Stakeholderseite repräsentierten zusätzlich extern beauftragte Benchmark- und Medienanalysen.



Zuverlässig.

Das Vertrauen und die Zustimmung der Kunden sind für den Unternehmenserfolg von entscheidender Bedeutung. Dies gilt umso mehr in wettbewerbsstarken Märkten wie der Telekommunikationsbranche.

Kunden. Partner für vernetztes Leben und Arbeiten.

Die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden stehen in unseren drei Geschäftsfeldern Mobilfunk, Breitband/Festnetz und Geschäftskunden im Brennpunkt unserer unternehmerischen Verantwortung. 2007 haben wir begonnen, unsere Aktivitäten verstärkt auf diejenigen Bereiche zu fokussieren, in denen wir als Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT-)Dienstleister unsere Kunden besonders wirksam dabei unterstützen können, Arbeit und Leben besser und erfolgreicher zu gestalten.

Weltweit wird von uns erwartet, dass wir unsere Produkte und Leistungen zugänglich und für alle Nutzer barrierefrei gestalten. Der Umgang mit neuen Medien weckt bei Kindern und Jugendlichen, aber auch bei ihren Eltern den Wunsch nach einer sicheren Online-Umgebung. Seit Jahren wächst außerdem die Herausforderung, die Privatsphäre unserer Kunden und ihrer personenbezogenen Daten zu schützen. Indem wir diesen Bedürfnissen gleichermaßen Rechnung tragen, positionieren wir uns als zuverlässiger Partner unserer Kunden für vernetztes Leben und Arbeiten. Dabei steht für uns auch die umfassende Serviceleistung für unsere Kunden im Vordergrund. Denn mit der Vielfalt und Komplexität der Telekommunikationsprodukte steigt auch der Bedarf an bester Servicequalität. Wie wir diese für unsere Kunden sicherstellen, erfahren Sie ausführlich im CR-Onlinebericht 2008. @301

Chancengleichheit im digitalen Zeitalter.

Die Deutsche Telekom sieht ihre Verantwortung als ICT-Dienstleister darin, allen Menschen die digitale Vernetzung zu ermöglichen und sie zu befähigen, die entstehende Kluft, die sog. „Digital Divide“, zu überwinden. Wir tun dies u. a., indem wir den Ausbau der Netze vorantreiben. @302

Doch nicht immer verläuft die digitale Kluft regional zwischen stark und schwach besiedelten Gebieten. Auch soziale Barrieren können die digitale Vernetzung erschweren: Behinderungen, die das Sprach- und Hörvermögen oder die Motorik einschränken, beeinträchtigen auch den Umgang mit digitalen Medien. Der demografische Wandel, der sich in Deutschland besonders abzeichnet, aber auch in Märkten außerhalb Deutschlands eine Herausforderung darstellt, führt zu einer wachsenden Zahl älterer Menschen, die die Chancen moderner Kommunikationstechnologien und Dienstleistungen ohne Unterstützung nicht immer voll nutzen können. Bei Menschen mit Migrationshintergrund verhindern teilweise Sprachbarrieren den Zugang zu ICT. Zudem können unzureichende Bildungschancen und mangelnde materielle Ausstattung von Kindern und Familien zu zusätzlichen Barrieren werden, die Teile der Bevölkerung von wichtigen Entwicklungen im digitalen Zeitalter ausschließen.

Die Deutsche Telekom will für alle Menschen ein verlässlicher Partner sein, der sie dabei unterstützt, mit den neuesten Entwicklungen in der ICT Schritt zu halten – mit einfach zu nutzenden Produkten, individueller Förderung und Diensten zur Überwindung von Barrieren.

Anschluss durch Mobilfunk. Weltweit trägt Mobilfunktechnik dazu bei, auch abgelegene Gebiete mit Kommunikationstechnik zu erschließen. Häufig erlaubt sie überhaupt erst den Aufbau funktionierender und wirtschaftlicher elektronischer Kommunikationsnetze und leistet so einen entscheidenden Beitrag zur digitalen Teilhabe. In Ländern mit einer jungen Telekommunikationsinfrastruktur ist die Mobilfunkabdeckung deshalb oftmals höher als die Festnetzabdeckung. In Regionen, in denen der Ausbau von Festnetzen unwirtschaftlich oder sogar unmöglich ist, bieten Mobilfunk und kabellose Zugänge der Bevölkerung einen erschwinglichen Zugang zur Informationsgesellschaft und fördern damit die nachhaltige gesellschaftliche und wirtschaftliche Entwicklung. Dies gilt beispielsweise für viele Länder in Zentral- und Osteuropa, in denen die Deutsche Telekom im Mobilfunk sehr stark vertreten ist.

Mobilfunktechnologien helfen jedoch auch in sehr gut ausgebauten Telekommunikationsnetzen, die digitale Kluft zu überbrücken. Eine Studie des National Institute on Disability and Rehabilitation Research des U.S. Department for Education bestätigte im Februar 2008, dass inzwischen 85 % der Menschen mit Behinderung in den USA mobile Technologien nutzen. Damit stieg die Anzahl verglichen mit der Studie aus den Jahren 2001 bis 2006 um 13 %. Die Mehrheit der Befragten beschrieb das Handy als wichtiges technisches Hilfsmittel im Alltag. Denn viele der am Massenmarkt eingeführten Dienste können behinderten Menschen die Kommunikation wesentlich erleichtern. Short Message Service (SMS), Videotelefonie oder Instant Messaging (IM) bieten gegenüber der klassischen Sprachtelefonie bedarfsgerechte Kommunikation auch für Gehör- und Sprachgeschädigte. Gleichzeitig sind sie in der Lage, Kommunikationsbarrieren mit nicht behinderten Mitmenschen zu überwinden, denen diese Techniken gleichermaßen vertraut sind.

Kompetenzen im Umgang mit Medien. Die Medienkompetenz bezeichnet die Fähigkeit, mit Medien – vor allem aber mit den neuen Medien wie dem Internet – sicher umzugehen. Sie ist inzwischen zu einer Grundvoraussetzung geworden, um sich im beruflichen und privaten Alltag zurechtzufinden. Wie der Zugang zu neuen Medien ist auch die Fähigkeit zum routinierten Umgang mit ihnen nicht gleichmäßig in der Bevölkerung verteilt. Um ältere Menschen mit neuester Technik vertraut zu machen, bietet z. B. unsere ungarische Tochter Magyar Telekom Internetkurse speziell für über 55-Jährige an. Denn gerade das Internet kann für ältere Menschen eine wichtige Lebenshilfe sein. Der sichere Umgang damit kann Wege ersparen, Einkäufe erleichtern, Behördengänge vereinfachen und nicht zuletzt den Kontakt zu Familienangehörigen und Freunden beleben. Das Programm will ältere Menschen an digitale Medien heranzuführen und wurde 2006 an vier Standorten erstmals eingeführt. 2007 haben wir dieses Angebot auf Grund der großen Nachfrage ausgeweitet. Magyar Telekom hat die Anzahl der Kurse erhöht sowie einen weiterführenden Kurs für Fortgeschrittene angeboten.

Die Medienkompetenz von Lehrern, Pädagogen und Schülern gleichermaßen zu fördern, ist das Ziel des Internetprojekts „TeachToday“, das die Deutsche Telekom Anfang 2008 gemeinsam mit 13 weiteren Unternehmen und dem European Schoolnet (EUN) ins Leben gerufen hat. Das Internetportal bietet unter www.teachtoday.eu Materialien für Lehrer, die sie dabei unterstützen, mit ihren Schülern in die Diskussion zu Chancen und Risiken im Umgang mit neuen Medien zu treten und ihnen einen sicheren und verantwortungsvollen Umgang mit den neuen Technologien zu vermitteln.

 Siehe Seite 25.

Barrierefreie Produkte. Um allen Menschen unabhängig von Alter, Medienkompetenz oder Behinderung die barrierefreie Nutzung von Telekommunikationstechnologien zu ermöglichen, entwickelt die Deutsche Telekom spezielle Dienste und Produkte.

Gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft der Hörgeschädigten – Selbsthilfe und Fachverbände e. V. bieten wir seit dem 1. Juni 2007 in Deutschland TESS (www.tess-relay-dienste.de) für barrierefreies und eigenständiges Telefonieren für Hörgeschädigte an. TESS umfasst zwei Relay-Dienste, um den unterschiedlichen Anforderungen Hörgeschädigter zu entsprechen: TeSign kommuniziert in Gebärdensprache, TeScript arbeitet mit Schriftsprache. U. a. in den USA bietet T-Mobile in Kooperation mit der Hitec Group International, Inc. mobile Telefone an, die hörgerätekompatibel sind, und nimmt so eine Vorreiterrolle ein. Sog. TTY-Geräte werden in der Festnetztelefonie von Gehörlosen seit Jahren genutzt, um über Texteingabe zu telefonieren. Diese Technik ist auch für Mobiltelefone verfügbar. Ende 2008 kommt außerdem das erste „Design for all“-Endgerät auf den deutschen Markt. Ein Festnetztelefon, das in den T-Laboratories in Zusammenarbeit mit älteren Menschen für ihre speziellen Bedürfnisse entwickelt wurde.

Für ältere Menschen, die von altersbedingten Einschränkungen betroffen sind, haben wir zudem im August 2007 das Schnurlostelefon Sinus 200 auf dem deutschen Markt eingeführt. Das Modell richtet sich gezielt an Senioren und wurde bedarfsgerecht für sie gestaltet. Zur verbesserten Lesbarkeit wurde beispielsweise die Zeichengröße auf dem Display angepasst.

Bedarfsgerechter Service. Das führende Serviceunternehmen unserer Branche zu werden, heißt auch, unsere Serviceleistungen für alle Menschen barrierefrei zu gestalten. Dazu gehört die gezielte Auseinandersetzung der Mitarbeiter der Deutschen Telekom mit behindertengerechten Produkten. Zu diesem Thema wurde beispielsweise in der Slowakei ein eigenes Trainingsprogramm aufgebaut. Die Schulung beinhaltete auch das Erlernen der Gebärdensprache zur besseren Kundenansprache und Kundenberatung. T-Mobile Slovensko ist damit der einzige Mobilfunkanbieter im Land, der gehörlosen Menschen diesen Service bietet. In Deutschland gehört eine Gehörlosen-Hotline bereits seit 2004 zum Service der Deutschen Telekom. Gehörlose T-Home Kunden werden so per Gebärdensprache über ein Bildtelefon beraten.

T-Mobile UK hat bereits 2004 ein umfangreiches und vorbildliches Konzept für Menschen mit Behinderungen aufgelegt. Rechnungen und Kundeninformationen werden beispielsweise in verschiedenen Formaten wie in Blindenschrift oder als Tonaufzeichnung verfügbar gemacht.

Auch die demografische Entwicklung in Westeuropa nimmt Einfluss auf unsere Serviceangebote. Im Februar 2008 präsentierten sich drei ausgewählte Telekom Shops in Vechta, Düsseldorf und Gotha mit einem neuen Mitarbeiterkonzept. Der Altersaufbau der Telekom Shop-Belegschaften wurde dabei an die vorherrschende Altersstruktur an den Standorten angepasst.

Daten sichern, Daten schützen.

Datenschutz hat in der Informationsgesellschaft einen hohen Stellenwert. Sicherheit und Schutz von Kundendaten müssen im Konzern höchste Priorität genießen: Sie sind die Basis jeder vertrauensvollen Kundenbeziehung. Im laufenden Jahr wurden der Deutschen Telekom Datenmissbrauch und Sicherheitslücken vorgeworfen. Die Deutsche Telekom handelte. Um die Kundendaten noch besser zu schützen, stellte sie sich im Herbst 2008 im Bereich Datenschutz neu auf. Mit der Schaffung eines eigenen Vorstandsressorts sowie einem umfangreichen Maßnahmenpaket zur Verbesserung des Datenschutzes und der Transparenz setzte das Unternehmen ein wichtiges Signal für die Relevanz dieses Themas. Eingeflossen sind die Erkenntnisse der Datenschutz- und Sicherheitsfachleute des Konzerns, aber auch die Empfehlungen externer Experten.

Neue Organisation.

Im Oktober 2008 haben wir ein siebtes Vorstandsressort für die Bereiche Datenschutz, Recht und Compliance geschaffen und so das Thema Datenschutz und Datensicherheit auf oberster Managementebene verankert. Verbunden damit sind auch eine deutliche finanzielle und personelle Aufstockung im Datenschutz und ein Vetorecht bei Geschäftsentscheidungen mit datenschutzrechtlicher Relevanz. Der neue Vorstand wird mit seinen Mitarbeitern sicherstellen, dass die notwendigen Maßnahmen zum Datenschutz übergreifend abgestimmt und konzernweit einheitlich umgesetzt werden.

Darüber hinaus werden wir einen externen Datenschutzrat einrichten, der sich aus führenden Datenschutzexperten aus Hochschulen, Wirtschaft und weiteren Organisationen zusammensetzt.

Operative Maßnahmen.

Um konzernweit die höchsten Standards beim operativen Datenschutz sicherzustellen, werden umfangreiche Maßnahmen eingeleitet und fortgesetzt. Damit leistet die Deutsche Telekom einen entscheidenden Beitrag zur Verbesserung des Schutzes ihrer Kundendaten im Tagesgeschäft und führt so ihre zahlreichen Anstrengungen der vergangenen Jahre fort.

Um die Sensibilität unserer Beschäftigten, insbesondere auch von tausenden Führungskräften, für das Thema Datenschutz und Datensicherheit weiter zu erhöhen, werden wir die bereits etablierten Schulungen und jährlichen Daten Audits weiter intensivieren. Zudem werden Missbräuche, auch kleinerer Natur, intern noch konsequenter thematisiert und geahndet.

In der Betreuung von Kunden definieren wir Aufgabenbereiche noch enger und verringern damit den Datenzugriff. Zudem haben wir ein niedrigeres „Haltbarkeitsdatum“ für Benutzerkennungen eingeführt, so dass diese Kennungen in kürzeren Abständen ablaufen und erneuert werden müssen. Zusätzlich wird die Nutzung von festen IP-Adressen ausgeweitet, so dass Mitarbeiter und Vertriebspartner nur von bestimmten Rechnern auf die Systeme zugreifen können. Die Zugriffsmöglichkeiten externer Vertriebspartner und unserer Mitarbeiter auf unsere Systeme werden u. a. durch ein Verfahren zur Zugriffsauthentifizierung per Transaktionsnummer (TAN) eingeschränkt. Beim TAN-Verfahren kann der Vertriebsmitarbeiter nur auf die Daten des Kunden zugreifen, wenn er vom Kunden eine gültige Transaktionsnummer bekommt. Diese automatisch generierte TAN erhält der Kunde per SMS auf sein Handy, wenn er Vertragsänderungen durchführen möchte.

Außerdem planen wir, zusammen mit dem Bundeskriminalamt und der Polizei ein Konzept zu erarbeiten, um den Schutz der Daten von besonders gefährdeten Personen zu stärken.

Transparente Kommunikation.

Unser Ziel ist es, die Transparenz im Bereich Datenschutz nachhaltig zu erhöhen. Ein Lagebericht des Datenschutzbeauftragten wird künftig jährlich auf freiwilliger Basis veröffentlicht und dem Bundesbeauftragten für Datenschutz sowie dem Aufsichtsrat der Deutschen Telekom vorgelegt. Der erste Datenschutzbericht soll im ersten Quartal 2009 erscheinen.

Im Jahr 2008 haben wir eine freiwillige Datenschutz-Zertifizierung unserer Kundensysteme angestoßen. Damit beauftragen wir eine anerkannte Prüfstelle – beispielsweise den TÜV-IT. Künftig wird außerdem zusätzlich zu unseren eigenen Untersuchungen ein zertifiziertes Unternehmen damit beauftragt sein, unsere Systeme systematisch auf Schwachstellen zu prüfen. Mit beiden Maßnahmen möchte die Deutsche Telekom eine Vorreiterrolle in der ICT-Branche einnehmen.

Im Oktober 2008 haben wir eine Internetseite www.telekom.com/datenschutz geschaltet, auf der wir über die aktuelle Lage des Datenschutzes der Deutschen Telekom in Deutschland Auskunft geben. Wir informieren auf dieser Seite über datenschutzrelevante Vorgänge, die Gegenstand strafrechtlicher Ermittlungsverfahren sind. Die Fälle werden in Absprache mit den zuständigen Behörden veröffentlicht. Das heißt auch, dass wir diese Vorgänge den Aufsichtsbehörden mitteilen. Die Telekom erfüllt damit freiwillig eine Forderung, die in der Politik derzeit noch als mögliche Verpflichtung diskutiert wird. Darüber hinaus berichtet der Konzern auf dieser Internetseite auch, welche Maßnahmen aktuell zur Verbesserung des Datenschutzes ergriffen werden. Weitere Informationen über mögliche Gefährdungen von Kunden werden folgen.

📄 Aktuelle Informationen zum Thema Datenschutz finden Sie im Internet unter www.telekom.com/datenschutz.

Um Kunden in Deutschland, die der deutschen Sprache nicht oder nicht ausreichend mächtig sind, den Zugang zu digitalen Medien zu erleichtern und den bestmöglichen Service zu bieten, stehen englisch-, türkisch- und russischsprachige Kundenbetreuer zur Verfügung. Anrufer unserer Call-Center können auf Wunsch zu diesen Mitarbeitern durchgestellt werden.

In den USA sind etwa 12 % der Bevölkerung lateinamerikanischer Herkunft. T-Mobile USA stellt deshalb sowohl seine Internetpräsenz wie auch zahlreiche Produkt- und Informationsbroschüren in spanischer Sprache zur Verfügung.

Tarife für benachteiligte Menschen. Sondertarife für einkommensschwache und schwerbehinderte Bürger haben bei der Deutschen Telekom seit Jahrzehnten Tradition. 2007 nahmen rund 1,2 Millionen unserer Kunden in Deutschland vergünstigte Sozialtarife in Anspruch. Auch die ausländischen Töchter der Deutschen Telekom verfügen über ähnliche Tarife: T-Mobile bietet beispielsweise in der Slowakei und in Ungarn kostengünstige SMS-Pakete. Das Angebot steht jedem offen, entwickelt wurde es jedoch für gehörlose Menschen, die vornehmlich über SMS kommunizieren.

Schutz von Kindern und Jugendlichen.

Kinder und Jugendliche zum Umgang mit digitalen Medien gleichermaßen zu befähigen und vor den Risiken zu schützen, sehen wir als wichtigen Teil unserer unternehmerischen Verantwortung als ICT-Dienstleister. Das Erlernen eines selbstbewussten und reflektierten Umgangs mit dem Internet – egal ob mobil über das Handy oder zu Hause am Personal Computer (PC) – ist heute wichtiger Teil der Entwicklung junger Menschen und eröffnet viele Chancen in der Ausbildung, der Wissensförderung und im sozialen Leben. Der routinierte und unbedarfte Umgang mit digitalen Medien birgt jedoch auch Risiken. Nicht altersgerechte und illegale Inhalte sowie der Missbrauch von Daten machen den Jugendschutz auch im Internet zu einem wichtigen Thema.

Der Jugendmedienschutz wird bei der Deutschen Telekom deshalb proaktiv und kontinuierlich verfolgt, um ein sicheres Umfeld für die Internetnutzung zu schaffen. Unsere Mobilfunkgesellschaften in Deutschland und Großbritannien haben darin in den letzten Jahren eine Vorreiterrolle im Konzern und auch gegenüber den Wettbewerbern eingenommen. Eine Reihe von Selbstverpflichtungen, Kooperationen und erfolgreichen Maßnahmen belegen dieses Engagement im Jugendschutz, auch auf konzernweiter Ebene.

Grundsätze zum Schutz der Jugend. In fünf Grundsätzen hat die Deutsche Telekom ihre Verpflichtung zum Schutz der Jugend festgeschrieben. Sie leiten uns zu vorausschauenden, transparenten und kontinuierlichen Leistungen in diesem Bereich an. Intern haben wir damit die Basis gelegt, unsere Verantwortung für jugendliche Nutzer in allen Geschäftsfeldern wahrzunehmen. Eine Jugendschutzbeauftragte berät alle Fachbereiche der Konzerneinheiten in Deutschland sowie Kunden und Interessenten zu Fragen des Jugendschutzes.

Doch der Schutz von Kindern und Jugendlichen im Umgang mit neuen Medien kann nicht allein von einer Seite getragen werden. Unternehmen, Politik und Nichtregierungsorganisationen sowie Eltern, Pädagogen und Vertrauenspersonen müssen dabei zusammenwirken. Neben grundsätzlichen gesetzlichen Bestimmungen stellen Selbstverpflichtungen und das Engagement in gesellschaftspolitischen Initiativen und mit Organisationen den wesentlichen Weg dar, den Jugendschutz im Internet und bei modernen Kommunikationsmitteln effektiv und effizient zu fördern.

Selbstverpflichtungen und Austausch mit anderen Unternehmen. Mit drei Initiativen konnte die Deutsche Telekom ihr Engagement im Jugendschutz im Berichtszeitraum intensivieren. Auf Grund der rasanten Entwicklungen im mobilen Internet und der zunehmenden Nutzung internetfähiger Handys lag der Fokus dabei auf dem Mobilfunk.

Im Oktober 2007 stellte T-Mobile in Deutschland gemeinsam mit anderen Mobilfunkanbietern und dem Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter (FSM) e. V. eine Selbstverpflichtung zum Jugendschutz im Mobilfunk vor. Die Vereinbarung sieht – aufbauend auf dem Verhaltenskodex im Mobilfunk – vielfältige Maßnahmen vor, die innerhalb eines Jahres umgesetzt werden sollen: die Einrichtung einer kostenlosen Eltern-Hotline, ein zentrales Online-Portal als Anlaufpunkt für Eltern und Pädagogen, eigene Online-Jugendschutzangebote der beteiligten Unternehmen, eine Internetsperre sowie spezielle Informationen für Eltern bei Abschluss eines Vertrags. Einige dieser Maßnahmen, wie beispielsweise die kostenfreie Eltern-Hotline, hat die Deutsche Telekom bereits im Jahr 2006 eingeführt.

Auf europäischer Ebene hat die Deutsche Telekom neben anderen Mobilfunkanbietern im Februar 2007 das „Europäische Rahmenabkommen für die sichere Nutzung von Mobilfunktelefonen durch jüngere Teenager und Kinder“ mit der EU-Kommission erarbeitet. Die Unterzeichner verpflichten sich, bessere Zugangskontrollen für eigene Erwachseneninhalte oder die von Inhaltepartnern anzubieten. Außerdem soll durch Aufklärung, Inhaltelklassifizierung und den Kampf gegen illegale Inhalte der Jugendmedienschutz im Mobilfunk verbessert werden.

Zur Erfüllung dieses Rahmenabkommens sind bis Februar 2008 in allen EU-Märkten der Deutschen Telekom jeweils nationale Selbstverpflichtungen der Mobilfunkindustrie unterzeichnet worden. Die Umsetzung der Maßnahmen soll 2009 in allen EU-Ländern abgeschlossen sein.

Im Februar 2008 wurde die weltweite Initiative „Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content“ (Mobilfunkallianz gegen Inhalte mit Kindesmissbrauch) durch den globalen Verband der Mobilfunkbetreiber GSM Association (GSMA) und durch führende Mobilfunkbetreiber ins Leben gerufen. Sämtliche T-Mobile Gesellschaften gehören dieser Allianz an.

Die verschiedenen Initiativen greifen wirkungsvoll ineinander und tragen so dazu bei, ein umfassendes Netzwerk zu etablieren, das alle jugendschutzrelevanten Aspekte abdeckt.

 **303** Eine ausführliche Übersicht über weitere Initiativen, Selbstverpflichtungen und Kooperationen der Deutschen Telekom finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Sicherheit im Umgang mit digitalen Medien. Das Internet ist heute zur zentralen Plattform für Informationen, Kommunikation und Unterhaltung geworden – sowohl mobil über das Handy wie von zu Hause aus über den PC. Die Freiheit des Internets und die Möglichkeiten, die sich daraus für die Nutzer ergeben, erkennt die Deutsche Telekom als wertvollen Teil des alltäglichen Lebens an. Für Kinder und Jugendliche kann diese grenzenlose Freiheit im Internet jedoch auch Gefahren bergen.

Die Deutsche Telekom geht beim Schutz von Jugendlichen im virtuellen Raum unterschiedliche Wege. Denn der technologische Wandel und die sich hieraus ergebenden Nutzungsmöglichkeiten erfordern eine stetige Anpassung bestehender Instrumente. Wir bieten wirkungsvolle Schutzmechanismen, klassifizieren Inhalte, um altersgerechte Angebote im Netz zu identifizieren und zu fördern, klären auf und bekämpfen illegale Inhalte im Internet.

Wirkungsvoller Schutz durch Zugangskontrollen. Das Internet bietet in seiner Fülle von Informationen und Angeboten viele Inhalte, die ausschließlich für erwachsene Nutzer zugänglich sein sollten, um die Entwicklung und Entfaltung von Kindern nicht zu gefährden. Auch wenn im Allgemeinen die Gestaltung von Internetinhalten als ICT-Dienstleister nicht zu unserem Kerngeschäft gehört, sieht die Deutsche Telekom es als ihre Pflicht, Hilfestellungen und Anleitungen zu einer sicheren Mediennutzung zu bieten.

Seit Oktober 2007 stellen wir im T-Online Kids-Portal ein wichtiges Instrument zum Schutz vor nicht altersgerechten Inhalten bereit. Die Software Magic Desktop des norwegischen Softwareherstellers EasyBits ist weltweit das erste Betriebssystem, das speziell für Kinder entwickelt wurde. In der Elternecke des Kids-Portals steht die Software exklusiv zum Download zur Verfügung. Mit ihrer Hilfe können Eltern festlegen, welche Seiten und Services ihre Kinder nutzen können und welche Bereiche des Internets ihnen nicht zugänglich sind. Die Wirksamkeit dieser Software sehen wir durch den ersten Platz des „Safer Internet“-Vergleichstests der Europäischen Kommission 2007 bestätigt.

Unsere eigenen Online-Angebote für Erwachsene schützen wir in Deutschland bereits seit 2003 mit einem Altersverifikationssystem (AVS). Das Schutzsystem sorgt dafür, dass nur angemeldete Nutzer, die einen entsprechenden Altersnachweis erbringen, auf geschützte Inhalte zugreifen können. Die Überprüfung der Wirksamkeit entsprechend den gesetzlichen Bestimmungen wurde von der deutschen Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) vorgenommen und das System positiv bewertet. Für 2008 planen wir, unser AVS, obwohl es die gesetzlichen Anforderungen bereits übererfüllt, noch weiter auszubauen. Da immer mehr Mobiltelefone internetfähig sind, soll das AVS deutschlandweit für Mobilfunk und Festnetz einheitlich gestaltet werden. Ein Zugangscode wird dann sowohl für den mobilen wie den Festnetzzugang nutzbar sein. Auf diese Weise wird die Benutzerfreundlichkeit erhöht, ohne den hohen Sicherheitsstandard zu gefährden.

Bewusstseinschärfung durch Aufklärung. Die wichtigste Präventionsmaßnahme ist für uns das vertrauensvolle Gespräch mit den Kindern und Jugendlichen über Medien, Medieninhalte und ihre Wirkung. Wir sehen unsere Aufgabe darin, Eltern und Vertrauenspersonen wie Pädagogen dabei zu unterstützen, ihre Verantwortung für die Jugend wahrzunehmen. Voraussetzung dafür ist, das Bewusstsein für Chancen und Risiken im Umgang mit neuen Medien zu schärfen und über altersgerechte Angebote aufzuklären.

Im April 2008 haben die Deutsche Telekom und 13 weitere ICT-Unternehmen deshalb in Zusammenarbeit mit dem European Schoolnet (EUN) die Webseite www.teachtoday.eu für Lehrer und Erzieher gestartet. Neun von zehn Schülern im Alter von 12 bis 14 Jahren besitzen laut Angaben der EU-Kommission ein Handy, zwei Drittel der europäischen Schulen sind an das Highspeed-Internet angebunden. Die differenzierte Auseinandersetzung über den verantwortungsvollen Umgang mit ICT muss deshalb stärker als bisher in den Schulalltag integriert werden. Gleichzeitig verfügen viele Lehrer nicht über ausreichende Medienkompetenz, um mit ihren Schülern Themen wie Mobbing übers Handy, das Veröffentlichen von Fotos im Netz ohne Zustimmung und den unbedachten Umgang mit persönlichen Daten zu diskutieren.

Die Homepage www.teachtoday.eu bietet daher neben umfangreichen Informationen und Materialien, wie einem Wörterbuch mit Online-Begriffen, auch fertige Unterrichtseinheiten, um Lehrer dabei zu unterstützen, den kritischen und selbstsicheren Umgang mit digitalen Medien zu fördern. Auch in den kommenden Jahren wollen wir die Arbeit an diesem Portal mit unseren Partnern fortsetzen.

Im Sommer 2007 hat T-Mobile UK unter www.t-mobile.co.uk/adviceforparents einen eigenen Bereich neu in die Unternehmenswebseite integriert, der alle Informationen zum Thema Jugendschutz gebündelt darstellt. Interessierte erhalten hier Informationen zu dem Umgang mit Mobbing per Handy, Spam und nicht altersgerechten Angeboten. Die Inhalte wurden in Zusammenarbeit mit der National Society for the Prevention of Cruelty to Children (NSPCC) erstellt, Großbritanniens größter gemeinnütziger Organisation zur Abwehr von Gewalt gegen Kinder.

Altersgerechte Online-Angebote. Neben dem Schutz vor entwicklungsgefährdenden Inhalten ist es besonders wichtig, Kindern und Jugendlichen Online-Angebote mit altersgerechten Inhalten als spannende und attraktive Alternative zu bieten. Dazu gehört das seit Juli 2004 bestehende, bereits erwähnte Kids-Portal von T-Online mit einem umfassenden Angebot für Kinder und Jugendliche zwischen sechs und zwölf Jahren.

Weil Kinderseiten im Netz oft zu wenig Text beinhalten, sind sie über konventionelle Suchmaschinen nur schwer zu finden. Im März 2007 haben wir deshalb die kindgerechte Suchmaschine „Blinde Kuh“ auf den Seiten des T-Online Kids-Portals integriert. Der Suchdienst zeigt ausschließlich kinder- und jugendfreundliche Suchergebnisse an und trägt so dazu bei, dass Kinder beim Surfen im Netz nur für sie geeignete Seiten besuchen. Mit einem besonderen Checksystem und redaktionellen Gegenrecherchen greift „Blinde Kuh“ als einzige Suchmaschine in Deutschland gebündelt auf über 25 000 für Kinder gemachte Seiten zu.

Als Gründungsmitglied unterstützt die Deutsche Telekom neben anderen Unternehmen die im Mai 2007 begründete Initiative „Ein Netz für Kinder“ der deutschen Bundesregierung. Die Deutsche Telekom fördert dieses Gemeinschaftsprojekt von Politik und Wirtschaft sowohl finanziell als auch durch Bereitstellung von Know-how. Ziel der Initiative ist, die Medienkompetenz von Kindern zu fördern. Dabei verfolgt sie zwei Ansätze:

- Eine Säule des Projekts ist die Schaffung eines geschützten Surfraums für Kinder bis 14 Jahre. Im November 2007 startete dazu die Kinderinternetseite www.fragFinn.de. Diese Plattform bietet Zugang zu geprüften Seiten, in denen sich die jungen Internetnutzer frei bewegen können. Ein Team von Medienpädagogen stellt diese Internetseiten zusammen und ergänzt und kontrolliert sie regelmäßig. Mit Hilfe einer Werkzeugleiste im Browserfenster können Eltern und Pädagogen den Browser so konfigurieren, dass er Kindern das Surfen nur auf überprüften Seiten erlaubt. So sollen diese den Umgang mit dem Internet gefahrlos lernen und Eltern sich darauf verlassen können, dass ihre Kinder nicht mit ungeeigneten Inhalten und Bildern konfrontiert werden.
- Die zweite Säule besteht aus der finanziellen Unterstützung sinnvoller Internetangebote für Kinder. Ab 2008 will „Ein Netz für Kinder“ dadurch die Anzahl, Qualität und Auffindbarkeit guter Kinderangebote im Internet fördern und so den geschützten Surfraum kontinuierlich erweitern.

304

- 305 Informationen darüber, wie wir für unsere Kunden bestmöglichen
- 306 Service sicherstellen, den Ausbau der Netze vorantreiben und
- 307 Dienste in Notsituationen bereitstellen, erhalten Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Lösungsorientiert.

Mit energie- und ressourceneffizienten Produkten und Prozessen wollen wir einen Beitrag zu einer klimaschonenden Gesellschaft leisten.

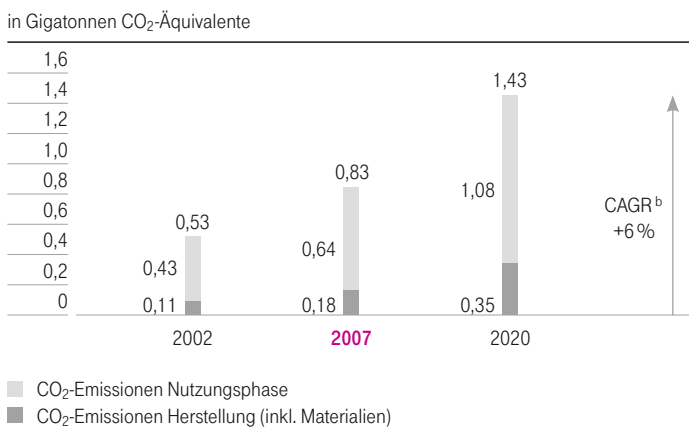


Ökologie.

Lösungen für Kunden und Konzern.

Die Umwelt- und Klimaauswirkungen der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT-)Branche gehen vor allem auf den großen Energieverbrauch der Unternehmen und von deren Produkten zurück. Laut der Studie „Smart 2020“ der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) ist die ICT-Branche 2007 für einen Ausstoß von 830 Megatonnen CO₂ verantwortlich. Dies entspricht rund 2 % des globalen Kohlendioxidausstoßes. Auf Grund der zunehmenden Nachfrage nach mehr und immer neuen Diensten erwarten die Experten einen weiter steigenden Energiebedarf der ICT-Branche, der sich 2020 voraussichtlich auf 1,43 Gigatonnen CO₂ beläuft. Gleichzeitig werden in Zukunft digitale Produkte und Lösungen den ICT-Nutzern helfen, ihre Energieeffizienz deutlich zu erhöhen. In jedem Falle stellt sich für uns die Herausforderung, unseren unvermeidlichen Energieverbrauch von den CO₂-Emissionen zu entkoppeln und die Energieeffizienz in allen unseren Verantwortungsbereichen weiter zu steigern.

CO₂-Emissionen der ICT-Branche.^a



^a Umfasst PCs, Telekommunikationsnetzwerke und -geräte, Drucker und Rechenzentren.

^b CAGR, Compounded Annual Growth Rate (jährliche Wachstumsrate).

Quelle: GeSI (2008), „Smart 2020“. Enabling the low carbon economy in the information age, Seite 17.

Umweltschutz im Konzern.

2007 bestätigte der Bericht des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC) die Verstärkung des Treibhauseffektes durch den Menschen und damit die globale Erwärmung. Die Folgen der weltweit steigenden Durchschnittstemperaturen machen sich auch beim zunehmenden Kühlungsbedarf unserer Rechenzentren bemerkbar. Es erweist sich daher heute als richtige Entscheidung, dass wir seit Jahren auf eine Verringerung unserer CO₂-Emissionen hingearbeitet haben. In Fortsetzung dieser Strategie setzen wir weiterhin auf die zunehmende Energieeffizienz unserer Prozesse und Produkte und forcieren den Einsatz erneuerbarer Energien.

Einen wichtigen Meilenstein haben wir bereits erreicht. Als einziges der großen ICT-Unternehmen beziehen wir signifikante Anteile unseres Strombedarfs aus erneuerbaren Quellen. In Deutschland sind es seit Januar 2008 sogar 100%: Mit dem Erwerb von Ökostromzertifikaten des Renewable Energy Certificate System (RECS) stellt unsere Konzerntochter PASM Power and Air Condition Solution Management GmbH & Co. KG (Power & Air Solutions) sicher, dass die von der Deutschen Telekom in Deutschland verbrauchten Strommengen an anderer Stelle aus regenerativen Energiequellen erzeugt und in das europäische Verbundnetz eingespeist werden. Darüber hinaus haben wir 2007 durch den Ankauf und die nachweisliche Löschung bzw. Stilllegung von Emissionsminderungszertifikaten weitere CO₂-Emissionen kompensiert. Ausgewählte Produkte wie Telefonkarten und die Telefone der Sinus-Familie sowie interne und externe Veranstaltungen der Deutschen Telekom wurden damit klimaneutral gestellt. Im Jahr 2007 verwendeten wir dafür Zertifikate im Gesamtumfang von 53 417 Tonnen CO₂.

Konzernweit gültiges Umweltmanagementsystem. Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 sind seit vielen Jahren die Grundlage für die Umweltschutzaktivitäten der Deutschen Telekom. Gegenwärtig beschäftigen wir uns auf Grund verstärkter Nachfrage unserer Kunden und interner Effizienzerfordernisse mit der Frage eines konzernweit gültigen Umweltmanagementsystems. Seit Januar 2008 entwickeln wir ein Konzept, das zunächst eine gegenseitige Anpassung der Managementsysteme unserer Konzerntöchter T-Home, T-Mobile und T-Systems vorsieht. Bis Ende 2009 sollen die drei Geschäftsfelder einbezogen und ein zentrales Dachzertifikat geschaffen werden. Wir erwarten uns von der konzernweiten Integration transparentere Umweltdaten. Dies wird uns helfen, weitere Optimierungs- und Energiereduktionspotenziale aufzudecken und unsere Umweltschutzaktivitäten noch besser zu koordinieren.

401

Neue Technologien für mehr Leistung und weniger Energieverbrauch.

Den größten Anteil am Energieverbrauch der Deutschen Telekom verursacht der Netzbetrieb. Auch wenn wir inzwischen in Deutschland sämtliche elektrische Energie aus regenerativen Quellen beziehen und dadurch Energieverbrauch und CO₂-Ausstoß entkoppelt haben, bleibt die Effizienzsteigerung unserer Netztechnik für die Deutsche Telekom ein zentraler Hebel. Durch die Inanspruchnahme von mehr und immer leistungsfähigeren Diensten steigt die Menge der transferierten Daten. Der damit verbundene höhere Energieaufwand lässt sich nur durch den Einsatz modernerer Technik kompensieren. An zahlreichen Standorten haben wir 2007 darum innovative, energiesparende System- und Klimatechnik installiert. Der Immobiliendienstleister Deutsche Telekom Immobilien und Service GmbH (DeTe Immobilien) führte 2007 außerdem bei 160 Gebäuden aus unserem Immobilienbestand Energiechecks durch und leitete Schritte zur energetischen Wärmeoptimierung der Gebäude ein. Im Jahr 2007 konnte dadurch der Energieverbrauch um 15 000 MWh reduziert werden. Im Vordergrund steht dabei die Optimierung der Heizungsanlagen. Hinzu kommen bauliche Maßnahmen, z. B. zur Verbesserung der Wärmedämmung. Auch 2008 werden die energetischen Sanierungen des Immobilienbestands fortgeführt, wobei Reduzierungen des Energieverbrauchs in gleicher Höhe wie 2007 erwartet werden.

Innovative Systemtechnik für unsere Mobilfunkstandorte. Bis Ende 2007 hat T-Mobile an über 15 000 deutschen Funkstandorten umfangreiche Maßnahmen zur Erneuerung der Systemtechnik im Global System for Mobile Communications (GSM-)Netz abgeschlossen. Damit haben wir nahezu flächendeckend die weltweit modernste Plattform für den Mobilfunkstandard EDGE geschaffen. Der Vorteil der modernen Systemtechnik ist: Sie ermöglicht den schnellen Versand von Daten wie E-Mails oder Bilder und spart gleichzeitig rund 30 % Energie.

402; 403

Klimaschonende Green IT. Seit Januar 2008 nutzt die Deutsche Telekom im Netzbetrieb in Deutschland ausschließlich regenerativ erzeugten Strom. Dies enthebt uns als weltweit viertgrößten Anbieter von Rechenzentrumsleistung nicht der Verantwortung, den Energieeinsatz unserer Anlagen – auch im Interesse unserer Kunden – immer effizienter zu gestalten.

Mit Green IT Konzepten wie der Zentralisierung von Serviceplattformen und der Virtualisierung von Servern steigern wir kontinuierlich die Effizienz unserer Rechenzentren.

Parallel zur Einführung von Multimedia Messaging (MMS) haben wir damit begonnen, unsere Serviceplattformen zusammenzuführen. Heute benötigen z. B. die Voicemail-Dienste für die gesamte T-Mobile Gruppe nur noch zwei zentrale Plattformen. Anfang 2008 führten wir weitere Dienste zusammen – immer unter der Maßgabe, deren Qualität nicht zu beeinträchtigen. Bis Ende 2010 wollen wir mit diesem Konzept den Energieverbrauch der Serviceplattformen um 75 % reduzieren.

Mit der Virtualisierung der Server starteten wir Mitte 2007 eine weitere Initiative zur besseren Auslastung unserer Rechenzentren. Indem wir eine zusätzliche Ebene zwischen der Systemsoftware und der zu Grunde liegenden Hardware schaffen, ist eine Entkopplung von Dienst und konkretem Server ohne Beeinträchtigung jederzeit möglich. So können wir mehrere eigenständige Dienste parallel auf einem Server betreiben und seine Rechnerleistung denjenigen Diensten zuweisen, die sie aktuell benötigen. Bei geringer Auslastung fahren die Server außerdem in eine Art Energiesparmodus herunter. Nach den positiven Erfahrungen einer ersten Fallstudie unseres Projektteams sind wir optimistisch, dass wir bis 2015 die Zahl der betriebenen Server von 1 000 auf 200 reduzieren können. Zusammen mit der intelligenten Energieverwaltung werden wir in der Lage sein, jährlich bis zu 3 800 MWh einzusparen. Mit dieser Menge an Energie könnten sämtliche T-Mobile Firmenwagen einmal rund um die Erde fahren.

Pilotprojekte für mehr Effizienz und erneuerbare Energien. Um unser Know-how bei innovativen Technologien und im nachhaltigen Energieeinsatz weiter zu vertiefen, investiert die Deutsche Telekom regelmäßig in Pilotprojekte. Wir fördern die Energieerzeugung aus erneuerbaren Quellen. Vor allem in der Entwicklung alternativer Kühlsysteme sehen wir vor dem Hintergrund des Klimawandels großes Potenzial. Weitere Testschwerpunkte bilden moderne und umweltfreundliche Energieerzeugungsanlagen wie dezentrale Blockheizkraftwerke mit Kraft-Wärme-Kopplung oder Photovoltaikanlagen.

404

Zukunftsfähige Klimatisierung für Rechenzentren. Als Wegbereiter neuer Technologie haben wir uns vorgenommen, der umweltschonenden Brennstoffzellentechnologie zum Durchbruch zu verhelfen. Wir sehen im Deutsche Telekom Konzern zahlreiche Anwendungsbereiche für den Einsatz von Brennstoffzellen. So stellen die auf Grund des Klimawandels bis zum Ende des Jahrhunderts zu erwartenden Temperatursteigerungen von 1,5 bis 4,5 °C hohe Ansprüche an die Klimatisierung unserer Anlagen und Rechenzentren. Mit der aktuellen Neugestaltung der ICT-Netzstruktur, der Einführung des Next Generation Network (NGN), gehen höhere Energiedichten in den Rechenzentren einher. Auch der gegenwärtige Konsolidierungs- und Virtualisierungstrend im IT-Umfeld trägt dazu bei.

In einem aktuellen Pilotprojekt konnten wir belegen, wie mit Brennstoffzellen eine klimaschonende und vor allem auch störungsarme elektrische und thermische Versorgung möglich ist: Im Sommer 2007 nahmen wir in einem Rechenzentrum in München – einem der größten der Deutschen Telekom – eine Hochtemperatur-Brennstoffzelle in Betrieb. Über eine Absorptionskälteanlage für die Kühlung der Rechnerräume nutzen wir auch die Abwärme der Brennstoffzelle, so dass wir für das System einen Gesamtwirkungsgrad von ca. 80 % erreichen. Die Brennstoffzellen werden zudem mit Biogas gespeist, das in Stadtnähe aus Biomasse erzeugt wird und damit für einen geschlossenen CO₂-Kreislauf sorgt. Neben ihren ökologischen Vorteilen leistet die Brennstoffzellentechnologie auch einen Beitrag zu einer noch zuverlässigeren Energieversorgung unserer Rechner. Denn durch die Versorgung mittels Gas steht uns neben dem konventionellen Stromnetz eine zweite Energiequelle zur Verfügung.

Kühlen und heizen mit Geothermie. Erneuerbare Energiequellen sollen in Zukunft eine große Rolle bei der Energieversorgung unserer Anlagen und Gebäude spielen. Nach einer Erfolg versprechenden Machbarkeitsstudie zur Nutzung von Geothermie, die Power & Air Solutions gemeinsam mit der Technischen Universität (TU) Freiberg durchgeführt hatte, begannen

wir 2007 mit der Planung einer Pilotanlage in München. Wir werden dort Erdwärme einsetzen, um sowohl unsere Telekommunikationsanlagen zu kühlen als auch die Büros zu heizen. Ziel des Projekts, das bis 2010 von der TU Freiberg wissenschaftlich begleitet wird, ist es weiterhin, Konzepte zur effizienten und ressourcenschonenden Klimatisierung des neuen NGN der Deutschen Telekom zu entwickeln.

Einbindung unserer Mitarbeiter und Kunden. Für erfolgreichen Klima- und Umweltschutz kommt es bei aller innovativen Technik immer auch auf die persönliche Mitwirkung der Menschen an. Einzelne Leistungen in den verschiedensten Bereichen summieren sich zu nennenswerten Einspareffekten, wenn alle sich daran beteiligen.

Mit standortbezogenen Energiesparinitiativen bezieht die Deutsche Telekom regelmäßig viele Mitarbeiter in ihre Umweltaktivitäten ein. So führte z. B. die Bonner T-Mobile Zentrale im November 2007 eine zweitägige Informationsveranstaltung unter dem Titel „Klimatage – Jeder kann was für's Klima tun“ durch. Im Brennpunkt der Veranstaltung stand das Thema klimaschonendes Verhalten am Arbeitsplatz. Die 2005 begonnene Mitarbeitermotivationskampagne „E-Fit“ fand 2007 ihre Fortsetzung und ging

Blickpunkt: Klimaschutz

Klimaschutz – Tour de Carbone

Dr. Ignacio Campino, Vorstandsbeauftragter für Nachhaltigkeit und Klimaschutz der Deutschen Telekom, sprach am 13. Mai 2008 in Brüssel mit Jos Delbeke über die Möglichkeiten von Unternehmen und Politik, die weltweiten CO₂-Emissionen zu reduzieren. Jos Delbeke ist seit Januar 2008 stellvertretender Generaldirektor der Generaldirektion Umwelt der Europäischen Kommission und gilt als treibende Kraft hinter dem Klimapaket der Kommission.

Jos Delbeke

bei T-Home unter dem Namen „E-Fit-Reloaded“ deutschlandweit wieder an den Start. Umweltbeauftragte von T-Home sowie Auszubildende machten Bürorundgänge und gaben den Beschäftigten unserer Niederlassungen Tipps zum Energieeinsparen im Büro wie auch im eigenen Haushalt.

@405 Weiterführende Informationen zum Einbinden der Kunden finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Klimaneutraler Paketversand und papierlose Online-Rechnung. Seit Dezember 2007 bietet unser T-Online Shop seinen Kunden für ihre Online-Einkäufe ohne Zusatzkosten den klimaneutralen Paketversand von DHL an. Der beim Transport von voraussichtlich mehr als 100 000 Standardpaketen entstehende CO₂-Ausstoß wird nach einem kontrollierten und zertifizierten Verfahren über ein Wiederaufforstungsprojekt in Costa Rica ausgeglichen.

@406 Informationen zur papierlosen Online-Rechnung finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Wege zur klimaschonenden Mobilität. Auch die DeTeFleetServices, der Mobilitätsdienstleister der Deutschen Telekom, orientiert sich mit ihren Services und Dienstleistungen im Fuhrparkmanagement am Klimaschutz und leistet damit zugleich einen Beitrag zu mehr Kosteneffizienz in unserer Flotte. Mit rund 800 Fahrzeugen betreiben wir eine der größten Erdgasfirmenflotten Deutschlands. Zum 31. Dezember 2007 war bereits nahezu die Hälfte unserer Dieselfahrzeuge mit Rußpartikelfiltern ausgestattet.

Bei der Fahrzeugbeschaffung verfahren wir nach einem eigens entwickelten ökologischen Kennzahlensystem, dessen Anforderungen über die aktuellen Umweltnormen deutlich hinausgehen. Mit einem Monitoring von Kraftstoffverbrauch und Fahrleistung bieten wir unseren Einsatzstellen und Fahrzeugnutzern Einblick in die Verbrauchsdaten und motivieren diese so, das jeweils effizienteste Transportmittel zu wählen. Im November 2007 führten wir außerdem die Kategorie „Eco Car“ für Geschäftswagen ein. Auf breiter Basis durchgeführte Ökofahrtrainings runden die Energiesparinitiativen unseres Fuhrparkmanagements ab: Allein 2007 haben wir bei T-Home über 1 900 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in einer ökologischen Fahrweise geschult und damit ca. 190 000 Liter Diesel bzw. knapp 500 Tonnen CO₂ eingespart.

@407

mit dem Kommissionsexperten.

Ignacio Campino: Nach einer gerade veröffentlichten Studie von McKinsey im Auftrag der GeSI werden die CO₂-Emissionen der ICT-Branche bis 2020 auf 1,43 Gigatonnen steigen. Dies ist eine Verdreifachung gegenüber 2002. Aber das Potenzial zur Reduzierung von CO₂-Emissionen durch ICT-Lösungen beträgt 7,8 Gigatonnen. Wenn wir nichts tun, werden die Emissionen allerdings steigen und die Reduktionspotenziale nicht genutzt. Wir sind als Unternehmen bereits dabei, CO₂-Emissionen zu reduzieren. Unser Ziel ist es, im Zeitraum von 1990 bis 2020 20% weniger CO₂ zu emittieren.

Jos Delbeke: Ich denke, man braucht zweierlei: Unternehmen, die die Führung übernehmen und sich Reduktionsziele setzen, aber auch konkrete rechtliche Bestimmungen, um sicherzustellen,

dass die Vorreiterunternehmen nicht allein gelassen werden. Wir brauchen Pioniere, aber auch Nachahmer. Wenn die Politik die Vorreiterunternehmen unterstützt, können wir auch Nachahmer motivieren, deren Beispiel zu folgen. Die Aufgabe, die sich uns allen stellt, ist vor allem die Entwicklung von Hightech-Lösungen.

Ignacio Campino: Wir verfolgen die Entwicklung neuer Technologien auf dem Energiemarkt, weil wir uns für ihre Anwendbarkeit in bestimmten Bereichen des Unternehmens interessieren. Wir glauben, dass eine dezentrale Energieversorgung in Zukunft wichtig werden wird. Wir müssen uns aber auch mit den steigenden Energiepreisen auseinandersetzen, denn der Kostendruck auf die Unternehmen steigt.

Ignacio Campino



Mobilfunk und Gesundheit. Die Auswirkungen der von den Informationstechnologien ausgehenden elektromagnetischen Felder (EMF) werden seit Jahren in der Öffentlichkeit kontrovers diskutiert. Für die Deutsche Telekom hat nicht nur die Sicherheit und Umweltverträglichkeit ihrer Produkte und Technologien höchste Priorität; vielmehr engagieren wir uns auch langfristig für die Information der Öffentlichkeit und die Förderung der Forschung.

Die Deutsche Telekom ist davon überzeugt, dass bei der Einhaltung der geltenden Sicherheitsstandards und Grenzwerte der Mobilfunk eine sichere Technik ist. Diese Überzeugung stützt sich auf aktuelle Erkenntnisse unabhängiger nationaler und internationaler Experten der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und der Internationalen Strahlenschutzorganisation (ICNIRP), die fortlaufend alle relevanten Studien auswerten und die Sicherheitsstandards überprüfen. Auch bei der Information über die SAR-Werte der Endgeräte setzt die Deutsche Telekom auf offene und transparente Information. Die WHO schreibt hierfür 2 Watt pro Kilogramm Körpergewicht vor. Die SAR-Werte aller von T-Mobile vertriebenen Handys liegen meist deutlich darunter. Um dem Kunden diese Informationen vor dem Kauf zur

Verfügung zu stellen, hat T-Mobile sich 2004 als erster Netzbetreiber in Deutschland dazu entschlossen, die Herstellerangaben zu den SAR-Werten auf die T-Mobile Verpackungen der Endgeräte zu drucken.

In vielen Landesgesellschaften unterstützen wir Initiativen und Institutionen, um die gesellschaftliche Akzeptanz des Mobilfunks zu fördern – beispielsweise in Großbritannien die Mobile Operators Association (MOA), in Österreich das Forum Mobilfunkkommunikation (FMK) und in Deutschland das Informationszentrum Mobilfunk (IZMF). Diese Institutionen bieten unterschiedliche Informations- und Dialogforen zu den verschiedenen Aspekten des Mobilfunks an.

 408

Blickpunkt: Klimaschutz



Jos Delbeke: Mit einem starken Anreiz auf Marktbasis erhalten Ingenieure und Erfinder eine gute Ausgangslage für neue Entwicklungen. Das ist eine Chance, auf die wir setzen sollten: Anreize und Belohnungen für gute Ideen fördern, statt den Leuten alles vorzuschreiben. Genau darum geht es beim ETS, dem Emission Trading Scheme, in das wir ab 2013 gerne das ganze OECD-Gebiet einbeziehen würden. Wenn wir 2013 einen globalen CO₂-Markt in den Industrieländern haben und es uns gelingt, ab 2020 die wichtigsten Entwicklungsländer vollständig einzubinden, dann ist das eine sehr brauchbare Perspektive für unsere Arbeit.

Ignacio Campino: Welche Botschaft haben Sie an uns als Branche und als Unternehmen?

Jos Delbeke: Ich denke dabei an eine technologische Entwicklung, die weit über Ihre Branche hinausgeht. Sie sind mit der Technologie und allem, was dazugehört, in Ihrem Unternehmen

ein wichtiger Einsparer. Aber zusätzlich geben die Produkte der Deutschen Telekom der Gesellschaft die Möglichkeit, CO₂-Emissionen zu reduzieren, die über die Mengen, für die Sie selbst verantwortlich sind, weit hinausgehen. Die Botschaft sollte lauten: Hightech zahlt sich aus, ganz besonders in Ihrer technologieintensiven Branche. Was Ihr Unternehmen angeht: Die Deutsche Telekom hat gezeigt, dass sie eine Innovatorin ist.

Ignacio Campino: Glauben Sie, dass wir mit der Strategie der Entkopplung von CO₂-Emissionen und Energieverbrauch auf einem guten Weg sind?

Jos Delbeke: Ich denke schon. Wir sind diesbezüglich noch ganz am Anfang und müssen die Entwicklungen abwarten. Es dauert eine Weile, Neues zu erfinden und diese Innovationen dann umzusetzen. Aber in einem Zeitraum von ein bis zwei Jahrzehnten sind enorm viele Dinge möglich. Wenn wir heute auf 1980 zurückblicken, auf die Autos, die Häuser, die Computer und den Servicekomfort, dann sehen wir eine ganz andere Welt.

Nachhaltige Produkte und Dienstleistungen.

Nachhaltige Produktverantwortung ist in der ICT-Branche eine komplexe Aufgabe. Im Vordergrund steht dabei die Entwicklung energieeffizienter Produkte, Dienste und Lösungen für unsere Kunden. Diese sollen es ihnen in Zukunft leichter machen, vernetzt zu arbeiten und zu leben sowie ihre Umwelt- und Klimaverantwortung wahrzunehmen. Die Studie „Smart 2020“ prognostiziert, dass 2020 das mit dem Einsatz innovativer ICT-Produkte verbundene Einsparpotenzial mit 7,3 Gigatonnen fünfmal höher sein wird als der CO₂-Ausstoß der gesamten ICT-Branche. Mit der Digitalisierung bieten sich in der Tat vielfältige Möglichkeiten, CO₂-Emissionen zu reduzieren. Digitalisierung hilft z. B. Reisen und Transporte zu vermeiden, Druckerpapier einzusparen und den Energieverbrauch zu optimieren. Durch die Entwicklung nachhaltiger Produkte und Dienstleistungen sichert sich die Deutsche Telekom zugleich die Chance, neue Kundensegmente zu erschließen und sich gegenüber dem Wettbewerb zu differenzieren.

Eine forcierte Forschungs- und Entwicklungstätigkeit stellt daher einen zentralen Bestandteil unserer Corporate Responsibility (CR-)Strategie dar. Mit deren Neuausrichtung haben wir uns 2008 die langfristige Stärkung der Low Carbon Society zum Ziel gesetzt (siehe Seite 11 f.). Eine vorausschauende ökologische und gesellschaftliche Folgenabschätzung der ICT-Technologien und ihrer CO₂-Emissionen ist daher für uns von großer Bedeutung. Neben dem teils erheblichen Einsparpotenzial spielt auch die Einschätzung eines möglichen Mehrverbrauchs an Energie eine Rolle. So ist nicht auszuschließen, dass der Energiebedarf in der Übergangsphase zum NGN infolge steigender Datenmengen und parallel betriebener Netzstrukturen zunächst einmal steigen wird.

Ignacio Campino: Die Aufgabe besteht darin, kurzfristige unternehmerische Ziele mit den globalen Herausforderungen in Einklang zu bringen. Manchmal gelingt das nicht. Ich habe den Eindruck, wir leben mit einer Art Hypothek auf die Zukunft.

Jos Delbeke: Stimmt. Wir müssen uns fragen, was passiert, wenn jeder Chinese für sich die Stufe der wirtschaftlichen Entwicklung erreichen will, die wir heute in Europa haben. Unser CO₂-Fußabdruck ist ziemlich groß und wird es auch bleiben. Selbst wenn wir unsere Emissionen Stück für Stück jedes Jahr reduzieren, werden wir weiterhin eine Menge Produkte und Dienstleistungen konsumieren, die unmöglich im gleichen Umfang von allen Menschen auf der Welt konsumiert werden können. Ich bin wohl ein bisschen pessimistisch, aber ich sehe nur den einen Ausweg: Wir müssen unser technologisches Wachstum weiter intensivieren. Wenn wir unser Entwicklungsniveau halten wollen, ist das nur mit einer hervorragenden Leistung bei der CO₂-Effizienz möglich. Darf ich Ihnen als Vertreter eines Industrieunternehmens eine Frage stellen?

Ignacio Campino: Selbstverständlich gerne.

Jos Delbeke: Was braucht die Wirtschaft aus Ihrer Sicht? Für das Abkommen von Kopenhagen haben wir uns auf eine Reihe von Dingen geeinigt: Innovation, Technologie und Marktanreize. Gibt es aus Ihrer Sicht als führendes Unternehmen Dinge, die Sie übermitteln möchten und in Kopenhagen 2009 gerne realisiert sähen?

Ignacio Campino: An erster Stelle natürlich globale CO₂-Reduktionsziele. Wir können starken, sich entwickelnden Volkswirtschaften keinen Blankoscheck für Emissionen ausstellen. Eine andere Frage ist, wie Innovation und Investitionen gefördert werden sollen. Wir wissen, dass der Finanzmarkt sehr an diesem Bereich interessiert ist. Die Finanzmärkte brauchen aber klare und stabile Bedingungen für Investitionen in Projekte und Technologien, die auf die Reduktion von CO₂-Emissionen abzielen. Eine dritter Punkt ist: Wir brauchen den Emissionshandel. Wie können wir als ICT-Unternehmen daran teilnehmen?



Mobilfunknetz und mobile Dienste. Der Ausbau unseres Mobilfunknetzes bietet den Teilnehmern einer mobiler werdenden Gesellschaft erhebliche soziale und ökologische Vorteile: Mobile Internetdienste schaffen mehr Freiraum für eine flexible, selbstbestimmte Gestaltung von Leben und Arbeit. Zeitaktuelle Routenführung und spezifische, standortbezogene Mobilfunkdienste erleichtern Autofahrern das Umfahren von Staus und die Orientierung in einer fremden Umgebung und helfen, Sprit und CO₂-Emissionen zu sparen. Umweltverträglichere Formen des Reisens, z. B. per Bahn, werden für unsere Kunden mit der Möglichkeit eines fast uneingeschränkten Zugangs zur globalen Wissens- und Informationsgesellschaft deutlich attraktiver.

Produkte zur Digitalisierung von Prozessen. Die Deutsche Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, in ihrer Entwicklungstätigkeit Produktlösungen zu forcieren, die unseren Kunden durch eine konsequente Digitalisierung helfen, Umwelt und Ressourcen zu schonen. Digitalisierung bietet die Möglichkeit, energie- und materialaufwendige Prozesse zu ersetzen, und eröffnet damit erhebliche Einspar- und Wachstumspotenziale. Im Rahmen unserer nachhaltigen Produktverantwortung gilt es, diese Potenziale zu nutzen und langfristig zu sichern. Denn mit den Einsparpotenzialen von

Telearbeit, Videokonferenzen, Wegeoptimierung, elektronischem Workflow oder der Digitalisierung von Aktenbeständen ist durch die vermehrte Nutzung der Endgeräte in der Regel ein höherer Energiebedarf verbunden. Dessen Reduktion bildet einen weiteren Schwerpunkt unserer Entwicklungsarbeit. Bereits heute gibt es viele gute Beispiele, wie sich durch mobile Informationsübertragung physische Transporte und Verbräuche einsparen lassen. Mit der Verwendung von E-Mail, mobilem Internet, Short und Instant Messaging oder drahtloser Sensorik werden reale Bewegungen von Gütern, Personen oder Schriftstücken meistens überflüssig. In einigen Fällen lassen sich die Effizienzsteigerungen in Zahlen belegen: So konnte T-Systems einem deutschen Automobilhersteller mit der Einrichtung elektronischer Workflows und eines Archivs für Eingangsrechnungen helfen, 150 Tonnen Papier, 800 000 Transportkilometer und 168 000 Liter an Fotoentwicklerchemikalien im Jahr zu sparen. Die Digitalisierung von Aktenbeständen eines deutschen Rentenversicherers verringerte das zum Aktentransport nötige Verkehrsaufkommen sogar um 90 %.

409

Blickpunkt: Klimaschutz

Wir sind nicht der größte Emittent, und ich bin mir bewusst, dass wir in Sachen Klimaschutz viel erreicht haben. Aber es ist auch für unser Unternehmen notwendig, einen gewissen politischen Druck zu bekommen, um den manchmal auftretenden Konflikt zwischen kurz- und langfristigen Zielen zu lösen. Eine weitere Frage lautet: Was sind gute Bedingungen, um unsere Dienste und Potenziale in andere Branchen zu übertragen? Nehmen wir die Möglichkeit der Substitution energieaufwendiger Prozesse durch ICT-Lösungen. Dafür brauchen wir geeignete politische Rahmenbedingungen. Es fehlt auch vielfach noch an der Einsicht in die Potenziale der Substitution z. B. von Geschäftsreisen. Die technischen Möglichkeiten und die Gelegenheiten sind hervorragend, aber wer wird den notwendigen Druck erzeugen, damit diese auch zur Anwendung kommen?

Jos Delbeke: Wir sind überzeugt, dass wir über den Druck des Markts Anregungen zur Substitution schaffen können. Wenn Sie auf unseren Branchenansatz schauen, werden Sie staunen. Nehmen Sie den Transport. Wir brauchen mehr

Bahn- als Luft- oder Straßentransporte. Es ist diese Art von Substitution, die in der Lage ist, viel zu leisten.

Ignacio Campino: Und falls es doch ein Auto sein muss, dann eins mit Gasantrieb.

Jos Delbeke: Genau, oder mit Elektroantrieb.

Ignacio Campino: Ich denke, wir sollten nicht weiter über Druck und Anreize reden. Die Diskussion läuft schon zu lange nach dem Schema „Tu dies, tu das!“.

Jos Delbeke: Sie müssen den Leuten und den Marktakteuren die Freiheit lassen, selbst über das Ausmaß ihrer CO₂-Emissionen zu entscheiden. Das Signal sollte allerdings klar sein. Der Druck für den einen, ist eine Gelegenheit für den anderen. So funktioniert Wirtschaft.

Ignacio Campino: Ich danke Ihnen für dieses Gespräch. Es wird uns helfen, die Dinge innerhalb und außerhalb unseres Unternehmens weiter voranzutreiben.

410



Seit 1995 hat Ignacio Campino verschiedene Führungspositionen im Bereich Nachhaltigkeit der Deutschen Telekom inne. 1973 war der gebürtige Chilene nach Deutschland gekommen, um zu promovieren. Nach anschließender Habilitation arbeitete er zunächst für die GTZ und den TÜV Hessen.

Der belgische Wirtschaftswissenschaftler Jos Delbeke, PhD, ist seit 1986 Mitarbeiter der Europäischen Kommission. Zuvor war der heute 52-Jährige Professor für Makroökonomie an der flämischen Business School VLEKHO in Brüssel. Anschließend arbeitete er ein Jahr beim Internationalen Währungsfonds.

Telefon-, Daten- und Videokonferenzen. Digitale Konferenzen erleichtern die Kommunikation über Länder- und Kontinentgrenzen hinaus. Sie helfen, Zeit, Geld und nicht zuletzt CO₂-Emissionen einzusparen. In vielen Büros gehören heute Telefonkonferenzen zum Alltag. Mit Datenkonferenztechnik können zusätzlich Präsentationen über Internet diskutiert und bearbeitet werden. Videokonferenzen bieten Teilnehmern darüber hinaus die Möglichkeit, von Angesicht zu Angesicht über Bildschirm zu kommunizieren. Das Klimaschutzpotenzial dieser Techniken ist groß: Wenn weltweit 30 % aller Geschäftsreisen durch Videokonferenzen ersetzt würden, brächte dies laut der Studie „Smart 2020“ pro Jahr Einsparungen von 80 Millionen Tonnen CO₂. Die gestiegene Kundennachfrage in diesem Bereich verdeutlicht den Bedarf an ökologisch sinnvollen Lösungen: Von 2006 bis 2007 nahm die Zahl der von Kunden der Deutschen Telekom nachgefragten Telefon- und Datenkonferenzen um rund 50 % zu.

T-Systems nutzt mit Telepresence, einer von Cisco Systems entwickelten Videokonferenzlösung, seit Dezember 2007 eine völlig neue Technologie: Mit verzögerungsfreier Bild- und Tonübertragung können bis zu zwölf Teilnehmer aus unterschiedlichen Weltregionen in einem virtuellen Meeting von Angesicht zu Angesicht miteinander konferieren. Hochauflösende Kameras, eine wirklichkeitsgetreue Darstellung auf 65-Zoll-Plasmabildschirmen und ein 4-Kanal-Soundsystem bieten hochauflösendes Video (HD) und Sprachwiedergabequalität auf HiFi-Niveau. Als Premiumpartner von Cisco ist T-Systems in Deutschland für den Vertrieb dieser neuartigen Lösung verantwortlich. Wir erwarten, dass das Produkt – vor allem auch wegen seiner ausgesprochen einfachen Bedienung – dem Markt für Videokonferenzen neue Impulse verleihen wird.

Klimaneutrale Festnetztelefone. Mit der Produktfamilie der schnurlosen Sinus-Telefone ist die Deutsche Telekom seit Herbst 2007 erster Anbieter einer kompletten umweltschonenden Produktserie auf dem Endgeräte-markt. Alle Produkte der Sinus-Familie zeichnen sich durch besonders niedrigen Energieverbrauch aus. Allein das Schaltnetzteil spart gegenüber herkömmlichen Transformatornetzteilen 30 bis 60 % Strom. Hinzu kommt die reduzierte, bedarfsangepasste Sendeleistung von Basis und Mobilteil. Eine weitere Besonderheit des Gemeinschaftsprojekts unserer Abteilungen Nachhaltigkeitsdesign und Zentrum Endgeräte: Der Nutzer eines neuen Sinus-Telefons kann damit klimaneutral telefonieren. Die Deutsche Telekom hat die Emissionen, die durch den Energieverbrauch in der durchschnittlichen Nutzungsdauer von fünf Jahren anfallen, mit dem Ankauf und der nachweislichen Löschung bzw. Stillstellung von Emissionsminderungszertifikaten von über 53 100 Tonnen CO₂ ausgeglichen. Dafür werden im Gegenzug besonders klimaschonende Projekte aus dem CO₂-Emissionshandelsprojekt „Hessen-Tender“, darunter innovative Energie-Erzeugungsanlagen mit nachweisbarem CO₂-Einspareffekt, gefördert. Von Oktober 2007 bis März 2008 haben wir rund 400 000 Sinus-Telefone verkauft. Der gute Absatz der neuen Familie mit dem „klimaneutral“-Label bestätigt dieses Produktkonzept.

Rücknahme und Wiederverwertung von Handys. Im gesamten Lebenszyklus unserer Produkte, Dienste und Lösungen legen wir großen Wert auf die Einhaltung nachhaltiger Kriterien; dazu gehören auch die Rücknahme gebrauchter Telefone und Handys sowie deren Wiederverwendung, Recycling oder Entsorgung. Dabei steht Wiederverwendung an erster Stelle, während Entsorgung die letzte Option darstellt.

Alle Landesgesellschaften der T-Mobile Gruppe bieten Rücknahme und Recycling der teilweise sehr hochwertigen Werkstoffe der Handys an. Für die Wiederverwendung von Handys gibt es ein großes Potenzial: Rund 80 % der Weltbevölkerung könnte auf Grund der Netzabdeckung mobil telefonieren, aber nur 20 % – in Afrika sogar weniger als 5 % – nutzen den Mobilfunk. Indem gebrauchte, aber funktionsfähige Handys über unsere Geschäftspartner u. a. in Südostasien oder Afrika wieder auf den Markt gebracht werden, wird ihre Lebensdauer verlängert und ein Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung geleistet. Etwa 60 % der zurückgegebenen Mobiltelefone können wir auf diesem Weg der Wiederverwendung zuführen. Die übrigen Geräte werden fachgerecht recycelt: Aus Kunststoffgehäusen fertigen z. B. Automobilzulieferer Innenverkleidungen für Fahrzeuge. Wertvolle Bestandteile wie Edelmetalle werden extrahiert und weiterverwendet; die verbleibenden Schadstoffe werden umweltgerecht entsorgt.

Die kostenlose Rücknahme gebrauchter Handys gehört bereits seit dem Jahr 2003 zu den freiwilligen Leistungen von T-Mobile. Mit der freiwilligen Rücknahme von Handys geht unser System noch über das gesetzlich geforderte Maß hinaus. An allen Telekom Shops und bei vielen T-Mobile Partnern sowie im Internet unter www.t-mobile.de/unternehmen/umwelt gibt es spezielle Rücksendeumschläge, mit denen ausrangierte Handys, Akkus und Ladegeräte portofrei an unsere Recyclingpartnerunternehmen geschickt werden können. 2007 haben wir erstmals über 100 000 Handys in Deutschland zurückgenommen. Großen Anteil daran hatten mehrere öffentlich wirksame Aktionen, bei denen wir zahlreiche Kunden und Interessenten zum Mitmachen motivieren konnten.

📞 411

📞 412 Informationen zum Umgang der Deutschen Telekom mit

📞 413 Biodiversität und dem globalen Klimaschutz erhalten Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Supply Chain. Overview.



Gerecht.

Die Chancen und Risiken, die sich aus unserem weit verzweigten Netz von Lieferanten und Sublieferanten ergeben, managen wir systematisch und gezielt mit einem konzernübergreifenden nachhaltigen Lieferantenmanagement.



Lieferanten. Zusammenarbeit für eine nachhaltige Beschaffung.

Das Beschaffungsvolumen der Deutschen Telekom hatte 2007 ein Volumen von 19,7 Mrd. €. Wir bezogen Waren und Dienstleistungen aus 77 Ländern weltweit. Viele unserer Lieferanten besitzen Produktionsstätten in Schwellen- und Entwicklungsländern, vor allem in Südostasien, oder beziehen Waren von dort.

Der weltweite Einkauf birgt für die Deutsche Telekom große wirtschaftliche Chancen, aber auch das Risiko, dass soziale und ökologische Mindeststandards von unseren Zulieferern nicht eingehalten werden. Damit verbunden sind Reputationsrisiken und das Risiko, Geschäfte zu verlieren. Durch ihr erhebliches Einkaufsvolumen gewinnt die Deutsche Telekom auf der anderen Seite einen beträchtlichen Einfluss auf die Produktionsbedingungen bei ihren Lieferanten und Sublieferanten. Wir beabsichtigen, weltweit eine Führungsrolle im Bereich Corporate Responsibility (CR) zu übernehmen und nehmen diese Einflussmöglichkeiten wahr. Dazu gehört für uns auch, dass wir uns entlang der gesamten Wertschöpfungskette – und damit auch für Zulieferbetriebe – verantwortlich zeigen. Wir engagieren uns für faire Arbeitsbedingungen und hohe Qualitätsstandards bei unseren Lieferanten mit dem Ziel, unsere Kunden langfristig zufrieden zu stellen. Die Chancen und Risiken, die sich aus dem weit verzweigten Netz von Lieferanten und Sublieferanten ergeben, managen wir systematisch und gezielt mit einem konzernübergreifenden nachhaltigen Lieferantenmanagement.

Globale Einkaufsrichtlinien.

Im Mai 2007 hat der Konzerneinkauf eine konzernweite Strategie zur nachhaltigen Beschaffung verabschiedet und in die Einkaufsrichtlinien und -prozesse integriert. Soziale und ökologische Mindeststandards über die gesamte Wertschöpfungskette sicherzustellen, ist damit zu einem strategischen Unternehmensziel der Deutschen Telekom geworden. Die Einhaltung internationaler Standards und nationaler Gesetze, faire Arbeitsbedingungen, regelmäßige Mitarbeiterschulungen sowie ein konsistentes End-of-Life Management für die Produkte sind einige der Kriterien, die seitdem von allen Lieferanten gefordert und in den Einkaufsentscheidungen der Deutschen Telekom berücksichtigt werden. Auch der Deutsche Telekom Code of Conduct sowie unsere Fraud Policy zur Bekämpfung von Korruption werden bei allen Einkaufsaktivitäten berücksichtigt.

Ein wesentlicher Schwerpunkt der nachhaltigen Beschaffungsstrategie ist die vertragliche Verpflichtung unserer Lieferanten auf die Standards unserer im Jahr 2003 verabschiedeten Sozialcharta, in der unsere konzernweit gültigen Regeln zum Umgang mit den Themen Menschenrechte,

Chancengleichheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung festgeschrieben sind. Die Sozialcharta orientiert sich an den Werten des Global Compact sowie den Leitlinien der International Labour Organization (ILO) und der Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). Darüber hinaus verpflichten wir unsere Lieferanten, auch ihre Zulieferer an diese Regeln zu binden. Alle Lieferanten wurden 2007 von der Deutschen Telekom darüber informiert, dass die Einhaltung der sozialen und ökologischen Standards nun verbindlicher Teil der Vertragsbeziehungen ist.

Konzernweites Steuerungsgremium. Mit der Gründung der Sustainable Procurement Working Group (SPWG) im September 2007 haben wir ein zentrales Steuerungsgremium für die nachhaltige Beschaffung in unserem Unternehmen etabliert. Der SPWG gehören Mitglieder des Bereichs CR an, der konzernweit die Themen Umweltschutz und Nachhaltigkeit koordiniert, sowie Vertreter aus dem Konzerneinkauf und den Beschaffungsabteilungen der Konzerneinheiten von T-Home, T-Systems und T-Mobile. Aufgabe der Expertenrunde ist es, effektive und marktkompatible Lösungen für den konzernweiten Einkauf zu entwickeln, die nachhaltigen Kriterien genügen.

Stakeholder Dialog Day

zur nachhaltigen Beschaffung.

Am 2. April 2008 hatte der Stakeholder Day zum nachhaltigen Beschaffungswesen der Deutschen Telekom Premiere. Über 40 Vertreter aus fünf Stakeholdergruppen folgten unserer Einladung und kamen im Hauptsitz der Deutschen Telekom in Bonn zusammen.

Zuhören, diskutieren und verstehen – der erste Stakeholder Day dieser Form sollte einen Beitrag zur offenen und transparenten Kommunikation mit allen Anspruchsgruppen leisten. In Zukunft soll die Veranstaltung mit wechselnden Inhalten einmal im Jahr Gelegenheit dazu bieten. Thema dieser ersten Dialogrunde war die nachhaltige Beschaffung als globale Herausforderung: ein Bereich, in dem wir auf die Unterstützung und Mitarbeit vieler unserer Stakeholder, insbesondere unserer Lieferanten, angewiesen sind. Aber auch ein Bereich, in dem gemeinsames Handeln großes Potenzial zum positiven Einfluss für eine nachhaltige Gesellschaft besitzt.

Wie vielschichtig das Thema der nachhaltigen Beschaffung ist, zeigte sich in den unterschiedlichsten Anregungen, die im Laufe des Tages vorgebracht wurden: Lieferanten, Analysten und Mitarbeiter sowie Vertreter von NGOs und Universitäten nutzten diese Gelegenheit, am runden Tisch ihre Sicht auf eine verantwortungsvolle

Wertschöpfungskette darzulegen und die von uns vorgestellte Strategie zur nachhaltigen Beschaffung der Deutschen Telekom kritisch zu hinterfragen.

In der eintägigen Veranstaltung wurden im Plenum und in kleinen Arbeitsgruppen unterschiedlichste Positionen vorgetragen und erörtert. So standen am Vormittag allgemeine Fragen der nachhaltigen Beschaffung der Deutschen Telekom zur Diskussion. Wo liegen die Schwerpunkte und wo die Grenzen der Verantwortung für die Wertschöpfungskette? Welche Themen müssen von der Deutschen Telekom künftig priorisiert werden?

Viele Argumente wurden ausgetauscht; am Ende kristallisierte sich ein klares Anforderungsprofil heraus: Drei Themenbereiche sollten für die Deutsche Telekom im Fokus einer verantwortungsvollen Wertschöpfungskette stehen: Energie-

„Der Stakeholder Day der Deutschen Telekom war ein erster beeindruckender Schritt, klimarelevante Themen der Wertschöpfungskette anzusprechen. Wir würden es begrüßen, wenn die Deutsche Telekom die Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten ausweitet und dem CDP Supply Chain Programme beiträgt, um dort ihr Best Practice Wissen mit anderen Unternehmen der ICT-Branche und anderer Branchen zu teilen.“

Frances Way, Programme Manager Supply Chain, Carbon Disclosure Project (CDP)

„Innovation und neue Technologien haben einen wesentlichen Einfluss auf die Umwelt und ihre zukünftige, positive Entwicklung. Insbesondere sehen wir in der Zusammenarbeit mit unseren Kunden bei der Weiterentwicklung und Implementierung neuer Technologien wie z. B. mit der Deutschen Telekom wesentliche Potenziale, unseren gemeinsamen positiven Beitrag zur Nachhaltigkeit noch weiter zu stärken.“

Dirk Wettig, Account Manager, Cisco Systems, Inc.





effizienz, Arbeitsbedingungen sowie Abfall- und Entsorgungsmanagement. Auch in einem weiteren Punkt herrschte Einigkeit: Wie weit diese Verantwortlichkeit der Deutschen Telekom für ihre Wertschöpfungskette reicht, liegt nicht allein im Ermessen des Unternehmens. Die öffentliche Diskussion um Umweltstandards und Arbeitsbedingungen in der ganzen Welt nimmt die Deutsche Telekom in die Pflicht, ihren Verantwortungsbereich auch auf ihre Lieferanten und Sublieferanten auszuweiten.

Am Nachmittag traten die Arbeitsgruppen erneut zusammen. Diesmal wurden konkrete Erwartungen an das Unternehmen herangetragen. Die Lieferanten vertraten die Ansicht, dass es eine gerechte Verteilung von Kosten und Nutzen zwischen allen Beteiligten bei der Entwicklung und dem Vertrieb nachhaltiger Produkte geben sollte. Die NGOs forderten die Deutsche Telekom und ihre Lieferanten auf, ihr Best Practice Wissen untereinander zu teilen. Sie betonten außerdem, dass auch die Lieferanten von der Einhaltung der Nachhaltigkeitsstandards der Deutschen Telekom profitieren könnten, weil sie hierdurch wettbewerbsfähiger würden. Das freiwillige Engagement der Deutschen Telekom selbst sei begrüßenswert, aber nicht ausreichend. In „sensiblen“ Lieferantenländern, in denen Umwelt- und Sozialstandards ein niedriges Niveau haben, müsse das Unternehmen verstärkt auf staatliche Regularien zur Anhebung dieser Standards drängen.

„Die Deutsche Telekom gehört zu denjenigen Firmen, die nicht die Augen vor diesen Problemen verschlossen halten, sondern bereits vielfältiges Engagement auch auf internationaler Ebene zeigen. Dennoch kann auch die Deutsche Telekom noch viel mehr tun, um über die bisherigen, eher punktuellen Aktivitäten hinaus zu einem neuen Branchenführer in diesem Bereich zu werden. Dabei versteht es sich von selbst, dass freiwillige Maßnahmen in Richtung Nachhaltigkeit die strikte Einhaltung der geltenden Gesetze nicht ersetzen, sondern lediglich ergänzen können.“

Andreas Manhart, Berater, Öko-Institut e.V.

„Die Zusammenarbeit mit der Deutschen Telekom hat sich als besonders förderlich für unsere Firma und die ICT-Branche herausgestellt, da gemeinsame Belange hervorgehoben werden. Dies erlaubt uns, gemeinsame Lösungen für die sehr dringenden Bedürfnisse unserer Branche und der Gesellschaft zu entwickeln, indem wir gemeinsam daran arbeiten, Umwelt- und Sozialaspekte innerhalb eines gemeinsamen Rahmens der nachhaltigen Entwicklung zu verbessern.“

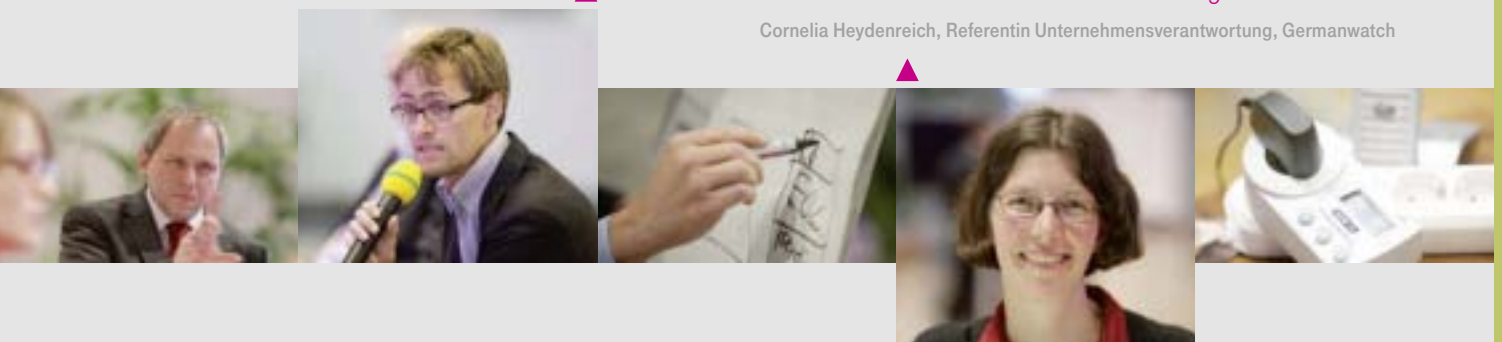
Peter H. Hellmonds, Corporate Affairs, Nokia Siemens Networks

Am Ende des ersten Stakeholder Day zogen die Beteiligten Bilanz. Die anwesenden Stakeholdergruppen gaben der Deutschen Telekom dabei ein klares Signal. Das Ziel müsse eine Vorreiterrolle in der Branche sein. Insgesamt soll die Deutsche Telekom dafür zügig und zielgerichtet an der Weiterentwicklung ihrer nachhaltigen Beschaffung arbeiten. Gleichzeitig stimmten sie überein, dass die Deutsche Telekom mit ihren Maßnahmen und Strategien für eine nachhaltige Beschaffung grundsätzlich bereits sehr gut aufgestellt ist. Aber auch Verbesserungspotenziale wurden thematisiert, wie Produktinnovationen, die externe Kommunikation und die stärkere Einbindung aller Geschäftspartner. Dies ist insbesondere deshalb wünschenswert, da die Deutsche Telekom mit ihren Produkten und Diensten großen Einfluss auf andere Branchen hat, selbst nachhaltiger zu wirtschaften.

Die Deutsche Telekom wird die Ergebnisse der Veranstaltung eingehend überprüfen, um daraus die notwendigen Schritte zur maßgeblichen Erfüllung der Stakeholdererwartungen im nachhaltigen Einkaufsprozess abzuleiten.

„Die Verantwortung der Deutschen Telekom erstreckt sich auch auf ihre Zulieferer, die z. B. die Mobiltelefone herstellen. Diese Handys enthalten Rohstoffe, die oft in Entwicklungsländern unter problematischen Bedingungen abgebaut werden. Die Deutsche Telekom sollte gemeinsam mit ihren direkten Zulieferern für bessere soziale und ökologische Bedingungen in ihrer gesamten Lieferkette bis hin zur Rohstoffförderung sorgen. Gemeinsame Initiativen wie im Rahmen von GeSI können dafür ein wichtiger Schritt sein.“

Cornelia Heydenreich, Referentin Unternehmensverantwortung, Germanwatch



Dabei hat sie die Möglichkeit, externe Experten und Stakeholder hinzuzuziehen. Die SPWG trägt die Verantwortung dafür, dass die definierten sozialen und ökologischen Kriterien im Einkauf bekannt gemacht und dort auch umgesetzt werden, und kontrolliert laufend die Einhaltung der Prozesse. Die Verantwortung für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten verbleibt jedoch beim Einkauf. Außerdem fungiert die SPWG als zentrale Anlaufstelle für alle Fragen und Probleme rund um den nachhaltigen Einkauf.

Eine wichtige Aufgabe der SPWG ist es außerdem, bei den Mitarbeitern des Einkaufs ein umfassendes Verständnis für die Bedeutung von nachhaltigen Einkaufsentscheidungen zu schaffen. Zu diesem Zweck wurde ein Online-Trainingstool zum Thema unternehmerische Verantwortung und Nachhaltigkeit für den Einkauf entwickelt, das im Mai 2008 seinen Betrieb aufgenommen hat.

Um die Fortschritte bei der konzernweiten Implementierung einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie zu messen, hat die SPWG eigene Key Performance Indicators (KPIs) entwickelt. Dabei hat sich die Arbeitsgruppe u. a. an Rückmeldungen aus Dialogrunden mit relevanten Stakeholdern sowie den aktuellen Anforderungen einschlägiger Nachhaltigkeitsrankings orientiert.

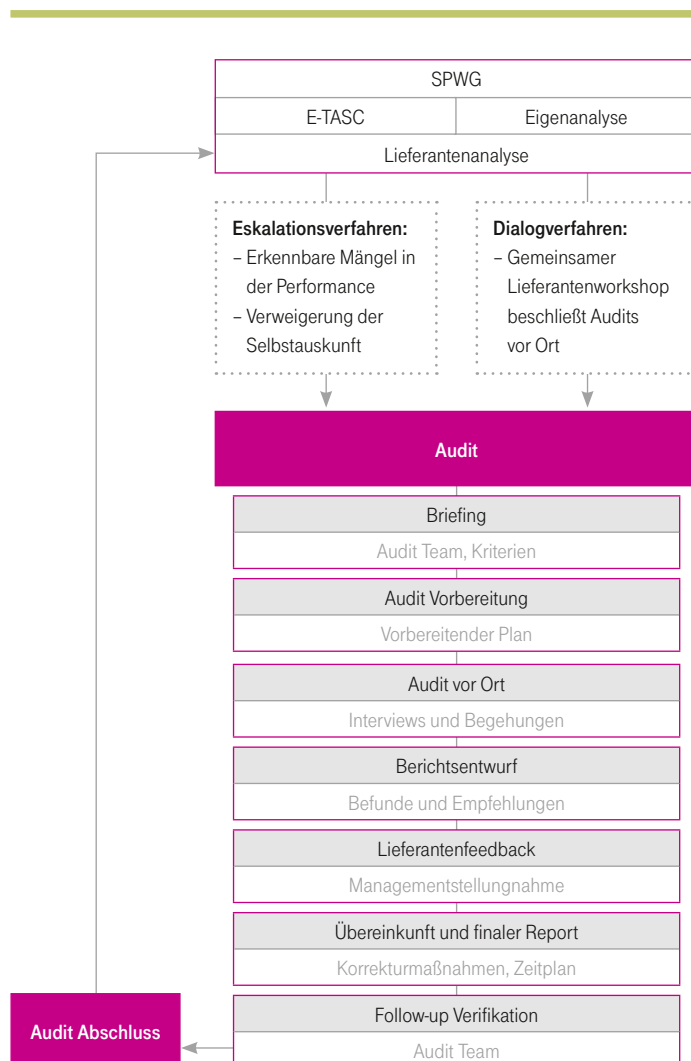
Kontinuierlicher Austausch.

Teil der nachhaltigen Einkaufsstrategie der Deutschen Telekom ist die laufende standardisierte Überprüfung der Einhaltung unserer definierten ökologischen und sozialen Standards im Rahmen des Lieferantenmanagements. Diesen Prozess, der sowohl eine Risikoanalyse unserer Lieferanten als auch regelmäßige Audits vor Ort beinhaltet, nennen wir Social Audit; auch er unterliegt der Verantwortung der SPWG. Beim Social Audit setzen wir auf Kooperation und einen kontinuierlichen, konstruktiven Dialog, der von Respekt und gegenseitigem Vertrauen geprägt ist.

Bevor die Deutsche Telekom mit strategisch relevanten Lieferanten zusammenarbeitet, unterzieht die SPWG sie einer Vorprüfung und bewertet systematisch die Risiken, die mit einer Kooperation verbunden sind. In einem zweiten Schritt werden ausgewählte Lieferanten mit einem detaillierten Fragenkatalog zu ihren sozialen und ökologischen Rahmenbedingungen befragt. Die Ergebnisse der Selbstauskunft werden in einem speziellen Online-Informationssystem festgehalten, dem Electronics-Tool for Accountable Supply Chain (E-TASC). Das System steht dem Konzern seit August 2007 technisch zur Verfügung und hilft uns künftig, die Nachhaltigkeitsleistung unserer Lieferanten schnell und einheitlich zu bewerten und Risikopotenziale früh zu erkennen. Das Tool hat die Deutsche Telekom in Kooperation mit anderen Mitgliedsunternehmen des Branchenverbandes der Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) im Rahmen der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) entwickelt. Durch die Etablierung gemeinsamer Standards leisten wir einen Beitrag, die nachhaltige Beschaffung in der gesamten Branche zu fördern.

Die Deutsche Telekom startet den Dialog, wenn bei der Risikoüberprüfung gravierende Verstöße gegen die sozialen und ökologischen Mindeststandards erkennbar werden. Ziel ist es, gemeinsam Lösungsmöglichkeiten zu erarbeiten. Bei Lieferanten, die die Selbstauskunft verweigern oder keinen effektiven Verbesserungsprozess anstoßen, wird ein standardisiertes Eskalationsverfahren eingeleitet. Sollte keine Einigung erzielt werden können, kann das bis zu einer fristlosen Beendigung der Zusammenarbeit führen. Bis Ende 2007 wurde allerdings noch kein solches Verfahren eingeleitet. Ein wesentlicher Grund hierfür ist, dass die Deutsche Telekom proaktiv auf Lieferanten mit einem erhöhten Risikoprofil zugeht und mit ihnen gemeinsam im Rahmen von persönlichen Gesprächen und Audits entsprechende Aktionspläne zur Verbesserung der ökologischen und sozialen Standards erarbeitet.

Der Social Audit Prozess der Deutschen Telekom.



Konsequente Umsetzung der Audit Prozesse. Bis Ende 2007 hat die Deutsche Telekom bereits von 40 ihrer wichtigsten Lieferanten eine Selbstauskunft über E-TASC eingefordert; weitere 20 Anforderungen hat unsere ungarische Tochter Magyar Telekom an ihre Top-Lieferanten verschickt. Insgesamt konnten wir so rund 55 % unseres gesamten Einkaufsvolumens abdecken. Bis Ende 2008 wollen wir alle Top 100 unserer Lieferanten befragt und damit etwa 62 % des gesamten Einkaufsvolumens überprüft haben. Nach Einführung des E-TASC-Systems in alle Abläufe der nachhaltigen Beschaffung werden wir im Daten- und Faktenteil unseres CR-Berichts 2009 eine Kennzahl ausweisen, die den Anteil unserer Lieferanten konkret ausweist, deren Umwelt- und Sozialstandardperformance überprüft worden ist.

Grundsätzlich führen wir jährlich mehrere Lieferanten Audits proaktiv durch. 2007 haben wir insgesamt drei wichtige Lieferanten in China und ihre Zulieferer in mehrtägigen Audits begutachtet. Mit Unterstützung durch die SPWG haben die Nachhaltigkeitsexperten der Deutschen Telekom Interviews mit der Firmenleitung, Fachabteilungen und den Beschäftigten zu den Arbeits- und Umweltschutzbedingungen im Unternehmen geführt sowie umfangreiche Begehungen in den Gebäuden und auf dem Betriebsgelände unternommen. Auch wenn der Gesamteindruck der Produktionsstätten zufrieden stellend war, wurden einige schwerwiegende Mängel in den Bereichen Umwelt- und Arbeitsschutz sowie Sozialstandards entdeckt. So waren die Beschäftigten nur unzureichend über ihre Möglichkeiten zur gewerkschaftlichen Vereinigung informiert, das Arbeitsaufkommen war überhöht und die Bezahlung nicht angemessen. Umweltschulungen fanden nur unregelmäßig statt und auch die Lebensbedingungen in den gestellten Unterkünften waren verbesserungsbedürftig. Beim anschließenden Entwicklungsprozess hat die Deutsche Telekom ihre Lieferanten umfassend unterstützt. So haben die Gutachter für jedes der auditierten Unternehmen einen individuellen Maßnahmenkatalog erstellt und eine Frist zu seiner Umsetzung gesetzt. Bis Ende 2007 konnten so bereits die meisten Abweichungen behoben und anschließend positiv begutachtet werden. In einem Zulieferbetrieb wurden z. B. die Gehälter angehoben und die Lebensbedingungen in den Unterkünften erheblich verbessert. In anderen wurden die Notausgänge deutlich gekennzeichnet und regelmäßige Schulungsprogramme zu den Themen Umwelt- und Arbeitsschutz sowie Unfallverhütung eingeführt. Alle Audit Berichte wurden von SPWG an den Einkauf zur Kenntnis weitergeleitet.

📄 501

Die Tabelle auf Seite 43 bietet einen komprimierten Überblick über Schwachstellen, die im Zuge der Audits im Jahr 2007 bei unseren Lieferanten identifiziert wurden.

📖 Siehe Seite 43.

Lieferantenworkshops. Im Rahmen der Lieferantenentwicklung organisiert die SPWG außerdem regelmäßig Workshops mit den strategisch wichtigsten Top-Lieferanten. Im Jahr 2007 hat die Deutsche Telekom zwei Workshops mit Lieferanten aus den Bereichen Mobilfunk und Computer durchgeführt. Dabei wurden die verschiedenen Aspekte und Kriterien unserer nachhaltigen Einkaufsstrategie vorgestellt und mit den Standards der Lieferanten abgeglichen; anschließend wurden gemeinsame Standards für die künftige Zusammenarbeit entwickelt. Außerdem wurde die Durchführung gemeinsamer Audits verabredet.

📄 502

Internationale Netzwerkarbeit zur Einhaltung der Menschenrechte.

Um die Einhaltung von Menschenrechten sowie von Sozial- und Umweltstandards in Schwellen- und Entwicklungsländern weiter voranzutreiben, engagiert sich die Deutsche Telekom in zahlreichen nationalen und internationalen Initiativen. Als Mitglied und Vorreiter von GeSI engagiert sich die Deutsche Telekom in Kooperation mit Partnern aus der Industrie und Vertretern von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) für die Entwicklung nachhaltiger Technologien in der Kommunikationsbranche. Mit diesem branchenübergreifenden Ansatz können wir die größtmögliche Wirkung bei der Lösung der branchenspezifischen Probleme erzielen.

Der Boom in der Elektronikbranche hat die Nachfrage nach Metallen wie Kupfer, Eisen, Gold, Aluminium, Palladium und Kobalt in den letzten Jahren stark ansteigen lassen. Nach einer 2007 veröffentlichten Studie der Kampagne „makeITfair“ werden viele dieser Metalle in Entwicklungsländern oder Krisenregionen unter äußerst problematischen Bedingungen abgebaut.

Die Problematik bei der Gewinnung von Rohstoffen nimmt bei den Aktivitäten der GeSI eine wichtige Rolle ein. Um Einfluss auf die Herstellungsbedingungen zu gewinnen, ist ein branchenübergreifendes Vorgehen erforderlich. Denn die Markenhersteller haben selbst keinen direkten Kontakt zu den Rohstoffhändlern, die meist in die asiatischen Märkte liefern. Um die Problematik genauer zu beleuchten, hat GeSI in Kooperation mit der Electronic Industry Citizenship Coalition (EICC) eine umfassende Studie in Auftrag gegeben, die Mitte 2008 veröffentlicht werden soll. Sie untersucht die Abbaubedingungen mit ihren Auswirkungen auf Mensch und Umwelt sowie die Rolle der elektronischen Industrie und lokaler Regierungen. Im Januar 2008 hat die Deutsche Telekom zusammen mit anderen Unternehmen und mit Vertretern von NGOs an einem internationalen runden Tisch in Brüssel die Möglichkeiten eines gemeinsamen Vorgehens diskutiert. Im Anschluss daran haben die Initiatoren der Kampagne „makeITfair“ eine Liste von Prinzipien erstellt, die beim Umgang mit Rohstoffen zu beachten sind. Die Deutsche Telekom wird künftig von ihren strategisch wichtigen Lieferanten eine Selbstverpflichtung zu diesen Prinzipien einfordern. Ihre Einhaltung, vor allem hinsichtlich der Kriterien, die den Leitwerten unserer Sozialcharta entsprechen, wird in Zukunft verstärkt überwacht.

📄 503

Wesentliche Feststellungen und erzielte Verbesserungen der Audits 2007.

Handlungsbereich	Feststellungen durch die Deutsche Telekom	Empfehlungen der Deutschen Telekom	Umsetzung
Managementsystem	Mangelndes Verständnis für Arbeitsethik, Umwelt- und Gesundheitsschutzmaßnahmen und -bedingungen	Evaluierung des Verständnisses für Maßnahmen und Bedingungen im Bereich Arbeitsethik, Umwelt, Gesundheit und Arbeitssicherheit	Einführung von Trainingsprogrammen zu den Themen Arbeits- und Unternehmensethik, Umwelt, Gesundheit und Arbeitssicherheit
Arbeitsrecht/ Arbeitsbedingungen			
a) Arbeitszeiten	Überhöhte Arbeitszeiten, die weder nationalem Recht noch internationalen Standards entsprechen	Einführung eines transparenten Systems zur Registrierung der Arbeitszeiten; transparente Vergütung von Überstunden	Einführung eines elektronischen Systems zur Erfassung der Arbeitszeiten
b) Beschäftigung	Unangemessene Beschäftigungsbedingungen für Arbeiter, die über Personalagenturen angestellt sind	Anpassung der Verträge an Labour & Ethics Standards; Vermeidung unangemessener Verträge von Personalagenturen	Überprüfung der Verträge von Personalbeschaffungsagenturen
Umwelt, Gesundheit & Arbeitssicherheit			
a) Abfallentsorgung	Unzureichende Trennung der Abfälle, verursacht durch falsche Ausweisung und mangelnde Beschriftung der Abfallbehälter Fehlen geeigneter Lagerstätten für Gefahrgut- und Abfallstoffe	Ausweisung der Abfallbehälter zur korrekten Mülltrennung und -entsorgung Einführung separater Sammelstellen für Abfallstoffe mit angemessenen und klar ausgewiesenen Abfallcontainern	Ausweisung wird überwacht Voll umgesetzt
b) Notfallausstattung	Fehlen angemessener Hinweise für Notfallsituationen in den Produktionsstätten Notausgänge in den Schlafstätten blockiert Fehlende Feuerlöscher in den Schlafstätten	Sichtbare Beschilderung der Notausgänge Erstellen klarer Fluchtwege in den Schlafsälen Installation von Feuerlöschern in den Schlafsälen	Anbringung von Notfallhinweisen Räumung der Notausgänge Voll umgesetzt
c) Betrieblicher Arbeits- und Gesundheitsschutz	Fehlen von Sicherheitsschuhen bei potenziell gefährlichen Arbeiten Mangelndes Augenmerk auf ergonomische Arbeitsplätze; mangelhafte Arbeitsausstattung	Einsatz von Sicherheitsschuhen in relevanten Abteilungen Verbesserung der Ausstattung zur Steigerung der Sicherheit am Arbeitsplatz	Obligatorischer Einsatz einer Schutzausrüstung, überwacht von Aufsehern und Abteilungsleitern Ersatz unangemessener Arbeitsausstattung
Lebensbedingungen			
Schlafstätte der Arbeiter	Vollkommen inakzeptable Lebensbedingungen der Arbeiter	Verbesserung der Lebenssituation der Arbeiter in den Schlafstätten	Aufstellung eines Managementteams zur regelmäßigen Kontrolle der Schlafsäle; Benennung einer Kontaktperson, die für die Zufriedenheit der Arbeiter sorgt und künftig bei drängenden Fragen zur Verfügung steht
Kommunikation			
Gesundheit und Arbeitssicherheit	Unzureichende Aufklärung über: – das Verhalten im Falle eines Unfalls – die Handhabung der Feuerlöscher – die Existenz des Sicherheitskomitees und der Informationstreffen	Überwachung der Kommunikation, um die Aufklärung der Arbeiter sicherzustellen; Einführung regelmäßig durchgeführter Trainingsprogramme	Voll umgesetzt

Zukunftsfähig.

Die Deutsche Telekom verfügt über eine leistungsstarke Personalarbeit, die sowohl den Herausforderungen des Markts als auch der gesellschaftlichen Verantwortung gerecht wird.





Personal.

Veränderung für vielfältige Chancen.

Wie die gesamte Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT-)Branche, steht auch die Deutsche Telekom in einem gewaltigen Transformationsprozess. Treibende Kräfte sind steigende und sich verändernde Kundenerwartungen, der globale Wettbewerb, die staatliche Regulierung, die vor allem in unserem Heimatmarkt Deutschland nach wie vor sehr ausgeprägt ist, sowie technische Innovationen. Auch innerhalb der Gesellschaft zeichnet sich ein Transformationsprozess ab.

Mit ihren vier strategischen Kernthemen „Wettbewerbsfähige Belegschaft“, „Talent Agenda“, „Servicekultur“ und „HR@2009“ ist die Personalstrategie der Deutschen Telekom auf die Konzernstrategie (siehe Seite 6) ausgerichtet und leistet damit einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit des Konzerns. Gleichzeitig zielt sie darauf ab, den weltweit mehr als 240 000 Beschäftigten des Konzerns ein attraktives Arbeitsumfeld mit vielfältigen Weiterbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten sowie die Servicekultur stärker bei den Beschäftigten zu verankern.

In einer Welt der Internationalisierung trägt dazu auch wesentlich die Förderung der personellen und kulturellen Vielfalt unserer Beschäftigten bei.

Wettbewerbsfähige Belegschaft.

National wie international passt die Deutsche Telekom ihre Personalstruktur dem dynamischen Wandel und starken Wettbewerbsdruck in der Telekommunikationsbranche an. Um zukunftsfähige Arbeitsplätze und wettbewerbsfähige Beschäftigungsstrukturen zu schaffen, muss die Deutsche Telekom dabei den Spagat zwischen wirtschaftlichen Zwängen zur Senkung der Personalaufwendungen, der Verbesserung der kundenorientierten Qualität und der Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern meistern.

Vereinbarung für die Zukunft bei Telekom Service. Die am 29. Juni 2007 nach längeren Tarifverhandlungen angenommenen neuen Tarifverträge gelten für rund 50 000 Beschäftigte der Deutschen Telekom. Darin wird der Übergang der Beschäftigten der Call-Center, des Technischen Kundendienstes sowie des Bereichs Produktion und Betrieb Netzinfrastruktur in drei neue Servicegesellschaften geregelt. Inhalt der Tarifverträge sind

auch neue, marktgerechtere Konditionen. Die Tarifverhandlungen waren begleitet von Warnstreiks und – nach einer Urabstimmung – ab dem 11. Mai 2007 von Erzwingungsstreiks bzw. flächendeckenden Arbeitsniederlegungen mit rund 500 000 Streiktagen.

Dies ist ein ausgewogener Tarifabschluss: Für die Deutsche Telekom schafft er die notwendigen Voraussetzungen, um Kosten zu senken und gleichzeitig den Kundenservice signifikant zu verbessern sowie Produktivität und Wettbewerbsfähigkeit zu steigern. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hält er zahlreiche Sicherungsmechanismen bereit, darunter Ausgleichs- und Abschlagszahlungen, einen verlängerten Kündigungsverzicht bis Ende 2012 und einen Ausgründungsschutz bis Ende 2010. Mit der Tarifeinigung einschließlich der im Zuge dieser Einigung vereinbarten Lohnnullrunde bis Ende 2008 bei der Deutschen Telekom hat der Konzern bereits im Jahr 2007 Kosteneinsparungen von über 160 Mio. € realisiert. Ab dem Jahr 2010 spart die Deutsche Telekom jährlich über 700 Mio. € ein.

Die neuen Konditionen und marktgerechteren Einstiegsgehälter ermöglichen bei der Deutschen Telekom nicht nur die Sicherung bestehender Arbeitsplätze, sondern auch die Zusicherung der Übernahme von 4 000 intern ausgebildeten Nachwuchskräften bis 2009. Im Jahr 2007 haben wir außerdem rund 1 500 neue Mitarbeiter eingestellt. Diese Zahl haben wir bereits im ersten Quartal 2008 erneut erreicht. Die neuen Mitarbeiter verstärken die Servicegesellschaften personell und sichern dem Konzern zukunftsorientierte Skills, Qualifikation und Know-how. Dabei handelt es sich vor allem um Absolventen unterschiedlicher technischer und naturwissenschaftlicher Studiengänge sowie um intern ausgebildete Nachwuchskräfte mit Vertriebsorientierung.



Siehe Personalbericht 2007.

Anpassungen im In- und Ausland. Im Jahr 2007 sind in Deutschland insgesamt rund 14 400 Beschäftigte aus der Deutschen Telekom ausgeschieden. Dies erreichte das Unternehmen insbesondere durch sozialverträgliche Personalinstrumente wie Abfindungen, den vorzeitigen Ruhestand für Beamte, Rente-2, Altersteilzeit und die seit Juli 2007 eingesetzte mitarbeiterorientierte Vorruhestandsregelung „55er Modell“, die natürliche Fluktuation sowie Dekonsolidierung. Auch in den internationalen Konzerneinheiten der Deutschen Telekom erfolgten Personalveränderungen.

Siehe Geschäftsbericht 2007.

Neue Beschäftigungsperspektiven durch Vivento. Unser Personaldienstleister und zugleich Deutschlands erfolgreichste Transferagentur, Vivento, leistete im Jahr 2007 durch ein nachhaltiges Vermittlungsmanagement und die weitere Optimierung und Trennung von Geschäftsmodellen einen wichtigen Beitrag zum notwendigen Personalumbau im Konzern.

Neben der Dekonsolidierung von Geschäftsmodellen hat sich Vivento im Jahr 2007 darauf konzentriert, externe Beschäftigungsmöglichkeiten für Beschäftigte der Deutschen Telekom zu schaffen. Im Fokus standen dabei Perspektiven im öffentlichen Dienst, die wir vornehmlich Beamten des Deutschen Telekom Konzerns anbieten. Insgesamt hat Vivento im Jahr 2007 rund 4 900 Stellen im öffentlichen Dienst akquiriert und in die Telekom Jobbörse eingestellt. Insgesamt verließen im Jahr 2007 rund 5 000 Mitarbeiter Vivento mit einer neuen Perspektive. Parallel dazu übernahm Vivento rund 1 700 Mitarbeiter aus dem Konzern.

Total Workforce Management. Zu den Zielen der HR-Mission „Your Partner in Business“ gehört es, den Einsatz der internen und externen Personalkapazitäten zu optimieren, den Personalaufwand zu reduzieren sowie demografische Strukturen und Skills zu steuern. Dazu implementieren wir im Konzern ein Total Workforce Management (TWM). Die Dimensionen des TWM reichen von der konzernweiten Kostentransparenz durch systematische Datenerhebung über die quantitative und qualitative Steuerung aller Arbeitskosten und Skills entsprechend der Geschäftsentwicklung bis zur Abstimmung mit dem Sozialpartner und der Kommunikation mit der Belegschaft.

Auch im Rahmen des TWM nimmt Vivento eine Schlüsselposition ein. Auf der Basis der Erfahrungen unseres Personaldienstleisters bauen wir für den Personalumbau derzeit in Deutschland ein Kapazitätsmanagement auf. Dieses befasst sich mit der Entwicklung neuer Beschäftigungsmodelle sowie der Akquisition entsprechender Stellen im öffentlichen Dienst. Vivento unterstützt die Geschäftsfelder bereits ab der Planungsphase des Personalumbaus.

Fit für die Zukunft. Mit einheitlichen Unternehmensstandards und Leitlinien zum Arbeitsschutz haben wir dieses wichtige Thema 2007 im Unternehmen und in den Führungsstrukturen noch stärker als bisher verankert. Die vorrangigen Ziele sind es, die gerichtsfeste Einhaltung der einschlägigen Gesetze, Verordnungen und Normen zu gewährleisten und die Nutzung von Ressourcen zu optimieren. Gleichzeitig haben wir uns vorgenommen, die Gesundheits- und Unfallquote positiv zu beeinflussen und die Zahl der Krankentage zu reduzieren. Bereits 2007 haben wir eine Verbesserung der Konzerngesundheitsquote erreicht.



Talent Agenda.

Fundamentale Voraussetzung für die Entwicklung kundenorientierter Produkte, Lösungen und Dienstleistungen und damit für den heutigen und künftigen Geschäftserfolg der Deutschen Telekom ist die Verfügbarkeit von hoch qualifiziertem Personal. Angesichts des zunehmenden Fachkräftemangels und im weltweiten Rennen um Talente ist es die zentrale Herausforderung für die Personalentwicklung des Konzerns, dem Unternehmen eine zukunftsfähige Skill-Basis zu sichern, gleichzeitig aber den Mitarbeitern individuelle Perspektiven zu bieten. Konkret bedeutet dies, talentierte Nachwuchskräfte zu fördern und versierten, erfahrenen Fach- und Führungskräften eine angemessene Perspektive zu bieten. Dazu setzt die Deutsche Telekom auf ein umfassendes Talent und Performance Management. Die Förderung des internationalen Austausches und globales Best Practice Sharing tragen zusätzlich dazu bei, den Konzern für die Anforderungen eines globalisierten Markts fit zu machen.

Förderung in der Breite und in der Spitze. Um erfolgskritische Fachexpertise für den Konzern zu gewinnen, zu entwickeln und zu binden, treiben wir die Entwicklung unserer Skill-Basis zweigleisig voran: durch den systematischen, konzernweit einheitlichen Skill- und Kompetenzaufbau und durch die Förderung von Karriere- und Entwicklungsperspektiven für ausgewiesenes Fach- und Führungspersonal. Mit unseren Fördermaßnahmen sorgen wir – im Zusammenspiel aufeinander abgestimmter, leistungsorientierter Instrumente und Prozesse – dafür, dass wir unsere internen Talente frühzeitig erkennen und an neue Aufgaben heranzuführen können.

Führungskräfte unterstützen wir konzernweit und fördern sie seit 2006 individuell durch unsere Entwicklungssystematik „STEP up!“ (Systematic & Transparent Executive Development Programme). Wir sorgen damit international für die Nach- und Neubesetzung von Führungspositionen. Über eine einheitliche Beurteilung, „Performance and Potential Review“, erhalten wir länderübergreifend Klarheit, wo unsere Führungskräfte stehen und wie sie sich im Konzern entwickeln können. Im Jahr 2007 haben 95 % der Führungskräfte einen solchen Review durchgeführt, 2006 waren es 91 %. Schon im zweiten Jahr nach der Einführung ist „STEP up!“ 2008 damit konzernweit etabliert.

Ihrerseits stehen unsere Führungskräfte in der Verantwortung, ihren Mitarbeitern ein klares Feedback zu deren Leistungen und Entwicklungspotenzialen zu geben und deren Leistungsfähigkeit gezielt zu fördern.

Mit „Go Ahead!“ systematisiert und fördert die Deutsche Telekom außerdem die nationale und internationale Entwicklung von Experten. Der Entwicklungsfokus liegt bei den für Fachaufgaben notwendigen Skills und Kompetenzen. Als Best Practice Ansatz dienen hier die bei T-Systems eingeführten „CAMPUS“ Programme. Gleichzeitig bietet „Go Ahead!“ für Leistungs- und Potenzialträger mit hoher Fachexpertise ein alternatives Angebot zur Führungskarriere. Ziel ist es, erfolgskritisches Know-how im Konzern zu entwickeln und langfristig zu binden.



Siehe Personalbericht 2007.

Ausbildung mit Zukunft. Mit rund 12 000 Auszubildenden ist die Deutsche Telekom seit Jahren der größte Ausbildungsbetrieb in Deutschland. Mit einer Ausbildungsquote von rund 8 % liegen wir weit über dem Durchschnitt anderer Unternehmen – und werden dieses hohe Niveau auch in Zukunft halten. Im Jahr 2007 haben wir uns mit der Vereinten Dienstleistungsgewerkschaft ver.di darauf geeinigt, für das laufende Jahr erneut 4 000 Ausbildungsplätze anzubieten und auch für die Jahre 2008 bis 2010 eine überdurchschnittlich hohe Ausbildungsquote zu gewährleisten. Diese liegt in Deutschland jährlich bei 2,9 % des jeweiligen Personalbestands an Stammkräften. Auch in vielen weiteren Ländern spielt die Deutsche Telekom als Ausbildungsbetrieb eine Rolle.

Unser Unternehmen ist aber nicht nur quantitativ „Best in Class“. Auch qualitativ überzeugen unsere Auszubildenden jedes Jahr erneut durch hervorragende Prüfungsergebnisse und IHK-Sieger auf regionaler Ebene sowie bei Bundesbestenerungen. Die Qualitätssicherung erfolgt u. a. durch ein an die Konzernausbildung angepasstes Qualitätsmanagementsystem der European Foundation for Quality Management (EFQM).

Servicekultur.

Die Förderung einer ausgeprägten Dienstleistungsmentalität und hohen Servicekompetenz ist integraler Bestandteil der Aus- und Weiterbildung. Auch in der Teamentwicklung, den Organisationsstrukturen und der Vergütungspolitik forciert die Deutsche Telekom die Umsetzung einer Servicekultur, bei der betriebliche Fähigkeiten und Prozesse auf die Wünsche und Anforderungen unserer Kunden ausgerichtet sind. Wie die DNA einen „Grundbaustein des Lebens“ bildet, so soll eine klare Serviceorientierung als sog. Service-DNA das Denken und Handeln der Mitarbeiter im gesamten Deutsche Telekom Konzern motivieren und konkret anleiten.

Weichenstellung für Servicekompetenz. Schon in unseren Ausbildungsangeboten liegen die Schwerpunkte in den Bereichen Service, Vertrieb und Technik. Damit kommt auch in unseren Ausbildungsaktivitäten die Fokussierung des Deutsche Telekom Konzerns auf Serviceorientierung und enge Kundenbeziehungen zum Ausdruck.

Auch in der weiteren Personalarbeit der Deutschen Telekom hat die Förderung der Servicekultur eine Schlüsselfunktion. So haben die Beschäftigten der drei Servicegesellschaften gemäß der im Sommer 2007 getroffenen Tarifeinigung in jedem Jahr Anspruch auf drei Qualifizierungstage – unabhängig von Funktion und Wochenarbeitszeit. Dabei stehen der Ausbau der Kunden- und Serviceorientierung, die Vermittlung von Produkt- und Servicewissen sowie die Förderung von bereichsübergreifendem Denken und Handeln inhaltlich im Mittelpunkt. Über die Möglichkeiten zur eigenen Weiterbildung hinaus eröffnen sich leistungsstarken Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern auch neue berufliche Entwicklungs- und Aufstiegschancen („Servicekarrieren“).

Servicekulturprojekte. Mit zahlreichen Projekten fördern wir den Aufbau einer konzernweiten Servicekultur. Ein zentrales Projekt war die Gründung der Service Akademie der Deutschen Telekom Ende 2007. Hier lernen unsere Führungskräfte, noch besser zu verstehen, was unsere Kunden wollen und unter welchen Voraussetzungen die Mitarbeiter im Kundenkontakt agieren. Für alle 2 500 Leitenden Angestellten in Deutschland ist die Teilnahme an Workshops unserer Service Akademie sowie an Teamveranstaltungen und Praxisereignissen mit direktem Kundenkontakt verbindlich. Auf internationaler Ebene vergleichbar ist das Retail Certification Programm, das unsere Tochterunternehmen T-Mobile UK, T-Mobile Croatia und T-Mobile CZ bereits umsetzen. Weitere Gesellschaften werden folgen.

Diversity.

Vielfalt leben – selbstverständlich anders.

Die Deutsche Telekom vereint als internationaler Konzern unterschiedliche Unternehmenskulturen unter einem Dach. Mit der Vielzahl von Standorten, Märkten und Kundeninteressen wachsen auch die Herausforderungen an das Unternehmen. Um ihnen zu begegnen und die Potenziale, die sich aus der Vielfalt im Konzern ergeben, konsequent für den Geschäftserfolg zu nutzen, hat die Deutsche Telekom das Thema Diversity auf oberster Managementebene angesiedelt.

Welche Bedeutung hat das Thema Diversity für die Deutsche Telekom?

Thomas Sattelberger: Unser oberstes Ziel ist die Zufriedenheit unserer Kunden. Eine gesunde Kultur der Vielfalt ist dabei ein harter Wettbewerbsfaktor. Erstens, weil wir unseren Kunden nur dann erstklassigen Service liefern können, wenn alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ihre unterschiedlichen Stärken voll einbringen. Dazu müssen sie sicher sein, dass Unterschiedlichkeiten nicht vernachlässigt oder gar bekämpft, sondern geschätzt werden: Vielfalt muss bei uns selbstverständlich sein. Zweitens wird Diversity mittelfristig ein kritischer Erfolgsfaktor für die Talentrekrutierung: Wir wollen die Besten – und die müssen wir in allen Bevölkerungsgruppen finden und für uns begeistern. Drittens hilft uns eine Belegschaft, die ebenso vielfältig ist, wie es unsere Kunden sind, dabei, unsere Produkte und Services besser auf Kundenwünsche zuzuschneiden und Innovationen voranzutreiben. Im Idealzustand ist die wirtschaftliche Bedeutung von Diversity allen Beschäftigten bei uns bewusst und wird gelebt – bis dahin haben wir aber noch einen weiten Weg vor uns.

Respekt vor Vielfalt ist aber auch jenseits der Betriebswirtschaft ein Menschenrecht und eine moralisch begründete Haltung.

Maud Pagel: Diversity bedeutet für die Deutsche Telekom, Individualität und Pluralismus unserer Beschäftigten anzuerkennen und zu fördern – und zwar unabhängig von Geschlecht, Alter, Behinderung, ethnischer Herkunft, religiöser Glaubensprägung und sexueller Orientierung. Wir wollen aber auch die Work-Life-Balance unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter stärker unterstützen, damit sie ihr Leben nach ihren individuellen Vorstellungen ausgestalten können. Seit 2004 haben wir eine eigene Diversity Policy, die als verbindliche Basis konzernweit in allen Standortländern gilt. Das Team Group Diversity Management sorgt für die Umsetzung in den Konzerneinheiten, wobei die internationalen Standorte natürlich ihre jeweiligen gesetzlichen und kulturellen Rahmenbedingungen berücksichtigen. Extern engagieren wir uns in Netzwerken und Initiativen zum Thema Vielfalt. Ein eigenes Diversity Reporting, eine Homepage im Intranet und unser Diversity-Jahresbericht dokumentieren diese Arbeit für unsere Beschäftigten.



Thomas Sattelberger

Maud Pagel



Thomas Sattelberger, seit Mai 2007
Personalvorstand und Arbeitsdirektor bei der Deutschen Telekom, hat es sich zum Ziel gesetzt, eine Kultur der Vielfalt im gesamten Konzern weiter voranzutreiben.

Welche Voraussetzungen muss die Deutsche Telekom schaffen, damit Diversity zum Erfolg des Konzerns beitragen kann?

Thomas Sattelberger: Um Vielfalt als Erfolgsfaktor zu nutzen, muss Diversity national wie international systematisch angegangen werden. Deshalb müssen wir uns noch enger an den innerbetrieblichen Prozessen und an den Erfordernissen und Verhältnissen in den einzelnen Geschäftsfeldern orientieren. Das heißt für mich zum einen, dass die Personalentwicklungsprozesse und Diversity deutlich besser verzahnt werden müssen. Zweitens muss Diversity allen Führungskräften als Business Case vermittelt und von ihnen anerkannt werden. Schlussendlich ist es wichtig, richtiges Verhalten wertzuschätzen und gleichzeitig falsches Verhalten zu adressieren und entsprechend zu sanktionieren. Erst wenn wir diese drei Maximen richtig umsetzen, werden wir die Potenziale von Diversity noch besser ausschöpfen können.

Maud Pagel: Ich sehe als wesentliche Voraussetzung, eine Unternehmenskultur im gesamten Konzern zu schaffen, die durch gegenseitigen Respekt und Wertschätzung geprägt ist. Gelebt wird diese Unternehmenskultur in vielen Bereichen schon heute, aber bis sie überall selbstverständlich wird, ist es noch ein weiter Weg. Besonders gefordert sind hier die Führungskräfte, denn sie sind die Motivatoren für Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit.

Wie zeigt sich das Diversity Management im Alltag des Unternehmens?

Maud Pagel: Lassen Sie mich das kurz an einigen Beispielen zeigen. In unseren Landesgesellschaften finden sich vielfältige Projekte, von denen ich hier nur einige wenige kurz nennen möchte: T-Systems und T-Mobile Austria bieten in ihrer gemeinsamen Zentrale in Wien mit 100 Kita-Plätzen ein umfassendes und vorbildliches Kinderbetreuungsangebot. T-Systems Südafrika legt

den Fokus auf die Förderung von Menschen, die aus historischen Gründen benachteiligt sind: Mit der CIDA-ICT Academy ermöglicht das Unternehmen vor allem finanziell schwächer gestellten Studierenden – darunter rund 50 % Frauen – eine hochwertige Ausbildung und wirkt so gleichzeitig dem in Südafrika drohenden Mangel an ICT-Fachkräften entgegen. In Deutschland sensibilisieren wir unsere Beschäftigten bereits in der Ausbildung für das Thema Diversity. So haben 116 Auszubildende 2007 am „Tag der Wertorientierung“ in Dortmund teilgenommen und erhielten dabei einen Einblick in die unterschiedlichen Kulturen ihrer Mitazubildenden. Wir unterstützen unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aber auch dabei, ihre Lebensentwürfe mit ihrer Arbeit in Einklang zu bringen. Dies ist ein ambitioniertes Vorhaben – dessen sind wir uns bewusst. Neben flexiblen Arbeitszeitmodellen bieten wir Kinderbetreuung, für die der Konzern in Deutschland 2007 über 1,5 Mio. € investiert hat. Davon gingen Teile an die betrieblichen Kindertagesstätten der großen Unternehmensstandorte in Bonn, Darmstadt und München sowie demnächst auch in Stuttgart. Außerdem geben wir Hilfestellungen, wenn Pflegefälle in der Familie oder Probleme mit Kindern in der Pubertät auftreten. 8 % unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind durch eine schwere Behinderung beeinträchtigt. Für sie gestalten wir die Arbeitsplätze barrierefrei nach ihren individuellen Bedürfnissen.

Thomas Sattelberger: Unsere Aktivitäten machen deutlich, dass Diversity zu einem integralen Bestandteil der Unternehmenskultur werden kann. Unsere internen und externen Auszeichnungen spielen eine wichtige Rolle dabei, die Bedeutung noch stärker im Bewusstsein unserer Beschäftigten zu verankern. Intern verleihen wir alle zwei Jahre einen Diversity Award. Er honoriert besonderes Engagement um kulturelle und personelle Vielfalt. 2007 erhielt unsere ungarische Konzerntochter Magyar Telekom den ersten Preis für ein ganzes Projektpaket zum Thema Diversity. Die Bewerbungen aus Ungarn, Südafrika, Slowakei, Österreich und Deutschland zeigen die zunehmende Internationalisierung des Diversity-Wettbewerbs.

Im Februar 2008 hat ein Mitarbeiter der Deutschen Telekom außerdem den in Deutschland ausgeschriebenen Preis „Spitzenvater des Jahres“ gewonnen. Er und seine Partnerin haben es mit Hilfe von flexiblen Arbeitszeitmodellen geschafft, die Ausübung ihrer jeweiligen Führungspositionen mit Familie und Kinderbetreuung hervorragend zu vereinbaren. Die deutsche Bundesfamilienministerin Ursula von der Leyen beglückwünschte die Preisträger persönlich. Diese Preise zeigen, dass Diversity im Unternehmensalltag gelebt werden kann und sich auszahlt. Damit sind sie ein wichtiges Signal für alle Beschäftigten und Führungskräfte, dem Beispiel der Preisträger aktiv nachzueifern.

Wo liegen künftig die Schwerpunkte Ihrer Arbeit?

Maud Pagel: Wir müssen in Zukunft mehr und gezielter mit Multiplikatoren arbeiten und unsere Arbeit im Bereich Diversity nach innen und außen besser bekannt machen. Dazu wird es eine breit angelegte Kommunikationsoffensive geben. Ein umfassendes Diversity Management bietet uns eine wichtige Chance, uns als attraktiver Arbeitgeber zu positionieren, beispielsweise für qualifizierte Fachkräfte mit Migrationshintergrund.

Außerdem werden wir uns 2008 – zuerst in Deutschland – auf das Thema Work-Life-Balance, zu dem auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie gehört, konzentrieren. Unsere Beschäftigten müssen im harten Wettbewerb Höchstleistungen erbringen und trotzdem die Möglichkeit haben, ihr Privatleben nach ihren eigenen Vorstellungen zu gestalten. Für den Konzern ist es eine Herausforderung, hier passende Hilfestellung zu geben und auch neue Wege zu finden.

Thomas Sattelberger: Zusätzlich werden wir 2008 drei weitere Schwerpunkte in Angriff nehmen bzw. unsere Aktivitäten weiter vorantreiben müssen: erstens die Optimierung der Kundenansprache. Dort müssen wir unsere Personalaufstellung und unsere Leistungen den gesellschaftlichen Verhältnissen besser anpassen. Anfang 2008 sind zwei Pilotprojekte in der T-Punkt Vertriebsgesellschaft in Deutschland gestartet. Erste Ergebnisse und Erfahrungswerte erwarten wir im Sommer dieses Jahres.

Als Zweites müssen wir den internationalen Austausch intensivieren, gerade bei unseren Fach- und Führungskräften. Im Service haben wir bereits Best Practice Beispiele internationaler Einheiten importiert. Das praktische Arbeiten im internationalen Umfeld wird die interkulturelle Kompetenz schärfen, die eine notwendige Voraussetzung für eine gesunde Kultur der Vielfalt ist.

Drittens muss die Chancengleichheit für Frauen weiter vorangetrieben werden.

Einen Schwerpunkt bilden spezielle Mentoring Programme, um Leistungsträgerinnen zu fördern und damit mehr Frauen in die Führungsetagen zu bringen. Dafür müssen wir in Zukunft unsere Diversity Programme wirklich mit den Personalentwicklungsprozessen verzahnen. Diversity darf nicht esoterisch und unabhängig von den Standardprozessen gestaltet werden. Vielfalt kann sonst nicht ihre positive Kraft entfalten.

Vielen Dank für das Gespräch.

☎ 604



Maud Pagel entwickelt als Leiterin Group Diversity Management mit ihrem Team wirkungsvolle Maßnahmen für die Umsetzung der Diversity Policy im Konzern.

Seit Juli 2007 führen wir unter dem Schlagwort „spirit@telekom“ alle zwei Monate konzernweit eine anonyme Online-Kurzbefragung unserer Mitarbeiter zu strategischen Themen durch. So geben wir ihnen die Möglichkeit, sich kurzfristig zu unseren strategischen Initiativen, zu ihrer Zufriedenheit und zur wahrgenommenen Qualität von Veränderungen zu äußern und sich so in den Meinungsbildungsprozess im Konzern aktiv einzubringen. Dem Management erlaubt „spirit@telekom“ eine Einschätzung der aktuellen Veränderungsprozesse und eröffnet die Möglichkeit, ggf. nachzusteuern.

☎ 605

Strategieprozess „HR@2009“.

Ein wesentlicher Pfeiler unserer HR-Strategie ist das Projekt „HR@2009“, das zu einer grundlegenden zukunftsweisenden Neuausrichtung der Personalarbeit bei der Deutschen Telekom führt. Mit „HR@2009“ etablieren wir strategisch abgeleitete, intelligente Strukturen im Personalbereich und optimieren Prozesse und Kompetenzen in der Organisation, um die Effizienz des Bereichs deutlich zu erhöhen. Als eines der zwölf strategischen Projekte der HR-Mission leistet „HR@2009“ damit einen direkten Beitrag sowohl zur verstärkten Kunden- und Serviceorientierung als auch zu „Save for Service“, dem Wirtschaftlichkeitsprogramm des Konzerns. Damit trägt es direkt zum geschäftlichen Erfolg der Deutschen Telekom bei.

☎ 606

📖 Siehe Personalbericht 2007.

☎ 607 Informationen zur Mitarbeitermitbestimmung und zur

☎ 608 Internationalisierung unserer Personalarbeit finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Chancenreich.

Traditionell fördern wir die Entwicklung der entsprechenden Medienkompetenz von Schülern und benachteiligten Gruppen. Für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens und unserer Gesellschaft sind zudem gut ausgebildete junge Menschen von elementarer Bedeutung.



Gesellschaft.

Engagement für eine gemeinsame Zukunft.

Der flächendeckende, zuverlässige und für möglichst breite Bevölkerungsschichten nutzbare Zugang zu modernen Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) begründet die moderne Wissensgesellschaft. Gleichzeitig sind ICT-Produkte und -Dienstleistungen heute ein wesentlicher Faktor für Wohlstand und wirtschaftliche Entwicklung einer jeden Nation. Als eines der weltweit führenden Unternehmen dieser Branche sind wir maßgeblicher Treiber dieser Entwicklung. Dies spiegelt sich auch in unserem gesellschaftlichen Engagement wider, das darauf abzielt, möglichst breiten Bevölkerungsschichten die Teilhabe an moderner ICT zu ermöglichen. Traditionell fördern wir die Entwicklung der entsprechenden Medienkompetenz von Schülern und benachteiligten Gruppen. Für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens und unserer Gesellschaft sind zudem gut ausgebildete junge Menschen von elementarer Bedeutung.

Bildungsförderung.

Bildung, Forschung, Technologie und Innovation sind – besonders in einem rohstoffarmen Land wie Deutschland – unverzichtbare Voraussetzungen für eine zukunftsfähige Gesellschaft. Dabei ist besonders der Bildungsstand in den Fächern Mathematik, Informationstechnik, Naturwissenschaften und Technik (MINT) ein wichtiger Indikator für die Innovationskraft eines Landes. Nach wie vor besteht an Deutschlands Schulen im naturwissenschaftlich-technischen Bereich ein großer Nachholbedarf, wie auch die dritte Pisa-Studie im November 2007 gezeigt hat. Mit der Deutsche Telekom Stiftung verfolgen wir das Ziel, Bildungsstandards und pädagogische Konzepte im MINT-Bereich auf internationales Spitzenniveau anzuheben.

Deutsche Telekom Stiftung. Die gemeinnützige Deutsche Telekom Stiftung arbeitet entlang der Bildungskette – vom Kindergarten über die Schulen bis zu den Hochschulen – an der Verbesserung des Bildungssystems in den MINT-Fächern. Dabei setzt sich die 2003 gegründete Stiftung gleichermaßen für Breiten- wie für Spitzenförderung ein. Sie arbeitet konzeptionell und operativ und realisiert in Zusammenarbeit mit Partnern aus Bildung und Wissenschaft überwiegend eigene Projekte.

„Forscher Ferien“ und didaktische Hilfen für die Grundschule. In Kindertagesstätten und Grundschulen werden wichtige intellektuelle und emotionale Grundlagen für den weiteren Verlauf des Bildungswegs gelegt. Die Deutsche Telekom Stiftung unterstützt staatliche und private Bildungseinrichtungen dabei, Kindern im Vor- und Grundschulalter mathematisch-naturwissenschaftlich-technische Kompetenzen zu vermitteln. Im Programm „Frühe Bildung“ bietet sie Erziehern und Lehrern Konzepte und Materialien für eine moderne Wissensvermittlung an sowie Fortbildungsangebote, mit denen die Pädagogen ihre diagnostischen und didaktischen Fähigkeiten in den MINT-Fächern zielgerichtet erweitern können.

Wie motivierend naturwissenschaftliches Forschen und Experimentieren auf Kinder wirken kann, zeigt die Stiftung mit dem Kurs „Forscher Ferien“. Dieses Projekt für Grundschüler aus bildungsferner Umgebung führte die Stiftung 2007 zum zweiten Mal durch. In zweiwöchigen Ferienkursen sammelten 80 Mädchen und Jungen aus Bochum und Kiel Erkenntnisse und Erfahrungen im Umgang mit den Naturwissenschaften. Sie erkundeten u. a., wie sich Fledermäuse im Dunkeln orientieren, und nahmen die Inhaltsstoffe und Wirkungsweisen von Backzutaten unter die Lupe. Die in den Ferien erworbenen Kenntnisse werden derzeit an den Schulen in wöchentlichen Arbeitsgemeinschaften vertieft.

Innovative Lernkonzepte für weiterführende Schulen. Im Programmbereich „Weiterführende Schulen“ arbeitet die Stiftung mit Schulen, aber auch mit Partnern im außerschulischen Bereich zusammen. Ziel ist es, inner- und außerschulisches Lernen wirkungsvoll miteinander zu verbinden. Ein erfolgreiches Beispiel ist das 2007 im Deutschen Museum Bonn eröffnete Schülerlabor „ExperimentierKüche“: Unter Anleitung von Studierenden der Universität Bonn experimentieren Schüler dort mit Alltagschemikalien, stellen z. B. Gummibärchen her oder lernen, wie sich Haarwaschmittel von Flüssigseife unterscheidet. Bis Anfang 2008 haben bereits 69 Schulklassen mit 1 900 Schülerinnen und Schülern sowie 29 Kindergruppen das Angebot genutzt.

Wissenschaftsstandort Deutschland stärken. Ziel des Engagements im Programm „Hochschule“ ist es, im Exzellenzbereich einen Beitrag zur Stärkung des Bildungs- und Wissenschaftsstandorts Deutschland zu leisten. Die Stiftung unterstützt ausgewählte Universitäten dabei, ihre Leistungsfähigkeit in den MINT-Fächern und in der Lehrerbildung zu erhöhen. Insgesamt starteten 2007 drei neue Projekte zur Mathematiklehreraus- und -fortbildung, darunter das Fortbildungsprojekt „Mathematik Anders Machen“. Über die Internetplattform www.mathematik-anders-machen.de werden regional bestehende Fortbildungsangebote bundesweit bekannt gemacht. Die Kurse sind online kostenlos buchbar. Darüber hinaus können auch neue Kurse eingestellt und abgefragt werden. Zum Projektstart stellte die Deutsche Telekom Stiftung die Ergebnisse einer eigenen Umfrage zu den Fortbildungsbedürfnissen von Mathematiklehrern vor. Demnach besteht von der Grundbildung über Forschen und Experimentieren im Unterricht, das Diagnostizieren von Mathematikleistungen bis zu emotionalen und Motivationsaspekten des Lernens ein starker Fortbildungsbedarf quer durch alle Bereiche. Bis Ende Januar 2008 haben mehr als 800 Mathematiklehrer bundesweit Fortbildungsveranstaltungen von „Mathematik Anders Machen“ besucht.

2008 engagiert sich die Deutsche Telekom Stiftung als eine von vier Trägerorganisationen beim „Jahr der Mathematik“. Damit ist zum ersten Mal ein privater Förderer an einem Wissenschaftsjahr beteiligt. Die Stiftung bringt zahlreiche eigene Projekte ein, unterstützt aber auch Sonderveranstaltungen und Ausstellungen mit einem Fördervolumen von insgesamt etwa 2 Mio. €. Ziel ist es, die Bedeutung von Mathematik stärker ins öffentliche Bewusstsein zu rücken und vor allem mehr Kinder und Jugendliche für das Fach zu begeistern. Gute Mathematikkenntnisse sind die Grundlage für viele Berufe, für die sich heute schon ein Fachkräftemangel abzeichnet.

Orientierungshilfen für junge Frauen. Angesichts der demografischen Entwicklung in den Industrienationen und des kontinuierlich steigenden Bedarfs an hoch qualifizierten Fachkräften wird es für Unternehmen zunehmend schwierig, geeignetes Personal zu finden. Die Deutsche Telekom engagiert sich daher stark in der Ausbildung junger Menschen und erschließt mit neuen Strategien gezielt noch wenig genutzte Potenziale. So ebnen wir mit einem neuen Programm jungen Frauen den Weg in einen naturwissenschaftlich-technischen Beruf und leisten damit gleichzeitig einen Beitrag zur Chancengleichheit.

Nach einer erfolgreichen Entwicklungs- und Pilotphase hat sich die Deutsche Telekom 2007 entschieden, das Projekt „JUMP in MINT“ – „Jugend Mentoring Programm in Mathematik, Informationstechnik, Naturwissenschaften und Technologie“ – fortzuführen. Das Projekt wurde im Rahmen der europäischen Gemeinschaftsinitiative „EQUAL“ in den Jahren 2005 bis 2007 entwickelt und pilotiert. Ziel ist es, Schülerinnen gezielt eine Berufsorientierung hin zu technischen Berufen zu bieten und den Einstieg in eines der genannten Berufsfelder zu unterstützen. In monatlichen Informationsveranstaltungen stellen Frauen aus technischen Berufen ihren persönlichen Werdegang vor. Mitarbeiterinnen von Unternehmen wie der

Deutschen Telekom begleiten die Schülerinnen auf deren Weg in eine bislang von Männern dominierte Fachwelt. Ein eigens eingerichtetes Internetportal lädt zum virtuellen Austausch ein und bietet weiterführende Informationen zu unterschiedlichen Berufsbildern. Im Umfeld des Projekts lädt die Deutsche Telekom alle zwei Jahre 300 Schülerinnen und Schüler sowie deren Lehrkräfte zu einem beruflichen Exkursionsprogramm nach Berlin ein, um ihnen berufliche Chancen im MINT-Bereich aufzuzeigen.

Infrastrukturprojekte an Schulen. Traditionell gehört es zum Kern unseres Engagements, Schulen mit entgeltfreien Internetanschlüssen auszustatten. Die Deutsche Telekom will vor allem Kindern die Chance eröffnen, den zielgerichteten Umgang mit digitalen Medien schon in der Schule und unabhängig vom Elternhaus zu erlernen. In Deutschland haben wir in dieses Ziel seit 1996 bereits einen dreistelligen Millionenbetrag investiert. Das persönliche Engagement unserer Mitarbeiter nimmt in diesen Projekten eine wichtige Schlüsselrolle ein.

In der Bundesrepublik versorgt die Deutsche Telekom mit „Telekom@School“ bundesweit alle 34 000 allgemein- und berufsbildenden Schulen mit entgeltfreien Internetzugängen. 28 000 der Schulen sind bereits über T-DSL ans Breitbandnetz angebunden, so dass auch datenintensive Unterrichtsmaterialien wie Audio- und Videodateien oder animierte Grafiken genutzt werden können. Mehr als 3 500 Beschäftigte der Deutschen Telekom haben größtenteils in ihrer Freizeit ihr Wissen unentgeltlich zur Verfügung gestellt und bis Ende 2007 rund 46 000 Lehrer im Umgang mit dem Internet geschult sowie mehr als 20 000 Personal Computer (PCs) eingerichtet.

Auch unsere Tochtergesellschaft Slovak Telekom engagiert sich in Kooperation mit der slowakischen Regierung seit 2002 für die Förderung der digitalen schulischen Bildung. Landesweit haben wir alle allgemein- und berufsbildenden Schulen mit einem PC-Klassenraum mit Breitbandinternetanschluss ausgestattet und zeichnen besonders originelle Ideen für den schulischen Einsatz des Computers mit dem „Slovak Telekom Award“ aus.

In enger Kooperation mit der T-Systems Landesgesellschaft in Südafrika unterstützt unsere Tochtergesellschaft T-Systems Österreich seit 2007 die Wiener Schule in Johannesburg. Diese Schule ermöglicht Kindern aus ärmsten Verhältnissen eine qualitativ hochstehende Grundschulausbildung. Sie startete 1997 mit zunächst 47 Schülern; mittlerweile werden mehr als 660 Kinder vom Kindergartenalter bis zur sechsten Schulstufe unterrichtet. 2007 hat T-Systems Österreich zunächst 10 000 € in die EDV-Infrastrukturausstattung der Schule investiert. Ziel ist es, eine langfristige Partnerschaft aufzubauen.

T-City – Lösungen für eine zukunftsfähige Gesellschaft.

Moderne ICT hat die weltweite Kommunikation revolutioniert. Aber nicht nur das, die Vernetzung unserer Gesellschaft im Arbeits- und Privatleben schreitet mit den wachsenden technischen Möglichkeiten immer schneller voran. Inzwischen werden intelligente Monitoring- und Steuerungssysteme in fast allen Industriezweigen eingesetzt. So sind beispielsweise in den Branchen Automobil, Medizintechnik und Logistik mehr als 80 % der Innovationen in Deutschland ICT-getrieben. Auch der öffentliche Sektor setzt verstärkt auf ICT. Unter dem Schlagwort E-Government haben bereits zahlreiche Bundesländer und Kommunen begonnen, die öffentliche Verwaltung effizienter, transparenter und näher am Bürger zu gestalten.

T-City – Zukunftslabor für mehr Lebens- und Standortqualität. Anhand von T-City demonstriert die Deutsche Telekom gemeinsam mit der Stadt Friedrichshafen, den Bürgern, Unternehmen und Einrichtungen, welche gesellschaftlichen Mehrwerte innovative ICT bereits heute bereitet und welche Potenziale und Chancen z. B. in diesen Technologien noch liegen: Verbesserte Kommunikationsmöglichkeiten, technische Vereinfachungen, Zeit- und Geldersparnis sowie Ressourcenschonung lassen sich nachweisen. Hinzu kommen Synergiepotenziale und Standortvorteile, die durch vernetzte Innovationen an einem Standort entstehen.

Im Februar 2007 wurde Friedrichshafen aus 52 Bewerberstädten zum Gewinner des T-City Wettbewerbs gekürt. Kurz darauf begann der Ausbau der innovativsten Netzinfrastrukturen im Fest- und Mobilfunknetz. Auf Basis dieser Netze startete bereits eine Reihe von Projekten, um die Vorteile der Vernetzung für erste Anwendergruppen in T-City aufzuzeigen. Die Projekte bieten beispielsweise digitale Lösungen für die städtische Verwaltung, eine Lernplattform für die örtlichen Schulen, aber auch komfortable Anwendungen im Bereich Home-Entertainment und Tourismus.

Mobile Visite – Telemedizin in T-City. Das erste Gesundheitsprojekt in T-City startete am 1. November 2007 im Klinikum Friedrichshafen. Dort werden Patienten mit Herzinsuffizienz mit Hilfe modernster ICT über das Telemedizinssystem Motiva betreut. Nach einem Aufenthalt im Klinikum können so die Vitaldaten der Patienten auch von zu Hause aus überwacht werden.

Spezielle Messgeräte erfassen für das Telemonitoring regelmäßig Gewicht, Blutdruck und Puls der Patienten. Die Daten werden automatisch per Bluetooth an eine Set-Top-Box gesendet. Von dort werden sie über ein eigens für das Gesundheitswesen entwickeltes, sicheres Netz von T-Systems an ein zertifiziertes Rechenzentrum übertragen. Per Breitbandleitung können die Ärzte des Klinikums Friedrichshafen auf die dort gespeicherten Daten zugreifen. So überwachen sie kontinuierlich den Zustand ihrer Patienten, geben ihnen Rückmeldungen, informieren und schulen sie. Zeichnet sich ein Risiko ab – z. B. bei einer starken Gewichtszunahme – greift der Arzt sofort ein. Das Fernsehgerät des Patienten dient als interaktive Schnittstelle für zusätzlichen Informationsaustausch. Ärzte können den Patienten z. B. Mitteilungen senden, der Patient kann Fragen beantworten oder sich Gesundheitstipps per Video ansehen.

Die Patienten der Klinik Friedrichshafen bleiben dank Motiva in ihrer gewohnten Umgebung und genießen das beruhigende Gefühl, gut betreut zu werden.

@701



Corporate Volunteering.


Im globalen Wettstreit um junge Talente wird die Ausgestaltung des gesellschaftlichen Engagements zunehmend zum kritischen Erfolgsfaktor. Unternehmen, die verantwortlich handeln und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in soziale Projekte einbinden, genießen einen Vertrauensvorsprung. Für die Beschäftigten eröffnen sich mit ihrem persönlichen Engagement neue Perspektiven; soziale und kommunikative Fähigkeiten sowie die Motivation werden gestärkt. Die Deutsche Telekom unterstützt das gesellschaftliche Engagement ihrer Beschäftigten während und außerhalb der Arbeitszeit. Im Zuge der strategischen Neuausrichtung unserer Corporate Responsibility (CR-)Aktivitäten wollen wir unsere Corporate Volunteering Projekte im Rahmen langfristiger Partnerschaften weiter ausbauen.


„Huddle Up“ Aktionstage in den USA. 2005 hat unsere Tochtergesellschaft T-Mobile US mit „Huddle Up“ Aktionstage zur Verschönerung von Freizeitflächen für Kinder und Jugendliche in strukturschwachen Gebieten gestartet. Landesweit sind alle Mitarbeiter aufgerufen, sich daran zu beteiligen, und werden von T-Mobile US für ihren Einsatz freigestellt. Die Resonanz auf das Projekt ist außerordentlich positiv. Allein 2007 haben sich mehr als 2 100 T-Mobile US-Angestellte und damit 5,4 % an einem der 13 landesweiten Einsätze beteiligt. Insgesamt wurden rund 17 000 Arbeitsstunden sowie Geldbeträge gespendet; der Gegenwert der Zeit- und Geldspenden betrug 1,7 Mio. US-\$.

Förderung selbst gewählter Einsätze. Auch T-Mobile UK hat mit „Give a little ... change a lot“ einen effektiven Weg gefunden, ihre Beschäftigten zu freiwilligem Engagement zu motivieren. Grundsätzlich fördert T-Mobile UK jede Form der Unterstützung von einer in Großbritannien anerkannten gemeinnützigen Organisation. Bis zu 15 Stunden jährlich stellt T-Mobile jeden Mitarbeiter für Arbeitseinsätze in gemeinnützigen Organisationen frei, verdoppelt Spenden bis zu einer Höhe von 1 000 £ – bei Teams bis zu 5 000 £ – und bietet an, einen Teil des Gehalts vor Steuer an die gewählte Organisation zu überweisen. Über eine Webseite und eine eigene Telefonhotline unterstützt T-Mobile UK ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter darüber hinaus, geeignete Projekte zu finden.

2005 wurde T-Mobile UK Gründungsmitglied der Russell Commission, die das Ziel verfolgt, Jugendliche für freiwilliges Engagement zu gewinnen. In diesem Zusammenhang unterstützt T-Mobile UK die Time Bank, die mehr als 10 000 Einsatzmöglichkeiten bereithält, sowie das Youth Action Network, das Freiwillige qualifiziert und finanzielle Unterstützung für Projektideen bereitstellt. Beide Organisationen verfolgen gemeinsam das Ziel, mindestens eine Million 16- bis 25-Jährige für freiwillige Einsätze zu gewinnen.

Freiwilliges Engagement in Ungarn. Auch unsere ungarische Tochter Magyar Telekom setzt auf das freiwillige Engagement ihrer Beschäftigten. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich z. B. in einem ungarischen Nationalpark oder schulen die Bewohner entlegener Ortschaften im Rahmen des „Digital Bridge“ Programms „Egálnet“. „Egálnet“ ist eine kostenlose Internetplattform, die Magyar Telekom seit 2007 speziell für benachteiligte Bevölkerungsgruppen bereitstellt. Damit eröffnen wir z. B. für Migranten, Jugendliche und Menschen mit Behinderung neue Formen der sozialen und individuellen Vernetzung. Die Plattform steht allen registrierten Benutzern offen, die darüber Informationen austauschen und eigene Webseiten erstellen können. Nachrichten und Veranstaltungshinweise ergänzen das Angebot. Seit dem Start haben sich bereits 159 Organisationen registriert. Auf Grund des großen Zuspruchs plant die Deutsche Telekom, das Programm auch an anderen Standorten umzusetzen.

 **702** Weiterführende Informationen zur Förderung sozialer Projekte, wie z. B. die Unterstützung von telefonischen Beratungsangeboten, Sponsoringaktivitäten und unserem Engagement an den Standorten, finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

 **703**

CR-Programm 2008.

Wir informieren in diesem Bericht ausführlich über die strategische Neuausrichtung des CR-Managements der Deutschen Telekom (siehe Seite 10 ff.). Auch die CR-Zielsetzung ist von dieser Neuausrichtung betroffen. An Stelle der Roadmap des Personal- und Nachhaltigkeitsberichts 2006 stellen wir deshalb eine Auswahl unserer neuen CR-Ziele und die Maßnahmen, mit denen wir diese erreichen wollen, in einem CR-Programm vor. Die Weiterentwicklung und Implementierung von CR-Zielen und die darauf basierende Erweiterung des CR-Programms steht in unserem CR-Strategieprozess bis zum Jahr 2010 als ein Schwerpunkt auf der Agenda.

Das Programm setzt in der Spalte „Termin“ Zielmarken für deren Umsetzung und gibt in der Spalte „Status 2007“ darüber Auskunft, wie weit wir damit im Berichtszeitraum schon fortgeschritten sind. Auf diese Weise kann das Programm unseren Stakeholdern bei Veröffentlichung des nächsten CR-Berichts 2009 als Vergleichsgrundlage dienen, um unsere CR-Leistungen zu bewerten.

Analog zur Struktur des vorliegenden Berichts gliedert sich unser CR-Programm in die Aktionsfelder Kunden, Ökologie, Lieferanten, Personal und Gesellschaft. Bis zur Veröffentlichung des nächsten CR-Berichts 2009 wollen wir uns in diesen Bereichen messbar verbessern.

	Konzernziel	Teilziele/Maßnahmen	Termin	Status 2007
Kunden	Bestangesehener Service	Serviceerwartungen erfüllen: Servicequalität in Deutschland über alle Kundenkontaktpunkte deutlich verbessern (Erreichbarkeit 80 %; Termintreue 85 %; Lösungsquote im Erstkontakt 75 %; IT-Stabilität von 120 Stunden)	2008	Umsetzung läuft.
		250 000 Kunden profitieren von unserem „top!Service“-Angebot	2008	Umsetzung läuft.
	Zugang überall mit den besten Breitbandnetzen – zunehmend mobil	Steigerung der deutschlandweiten DSL-Abdeckung auf 96 %	2008	Umsetzung läuft; 2007 lag die deutschlandweite DSL-Abdeckung bei 94 %.
		Ausstattung weiterer 23 Städte mit VDSL und Bereitstellung von ADSL2+ in insgesamt rund 1 000 Städten	2008	Umsetzung läuft; 2007 sind 27 Städte mit VDSL ausgestattet. Zudem ist in 750 Städten ADSL2+ verfügbar.
		Das „Digital Inclusion“ Projekt der Magyar Telekom erreicht die 100. Ortschaft in ländlichen Gebieten	2007	Das Ziel konnte 2007 nicht erreicht werden und wurde daher auf 2008 verschoben.
Ökologie	Neu- und Weiterentwicklung von Umwelt entlastenden Produkten und Diensten	Reduktion Stand-by-Energie: Alle verkauften Endgeräte des Geschäftsfelds Breitband/Festnetz in Deutschland haben ein Schaltnetzteil	2008	Umsetzung läuft.
		Mindestens zwei Projekte im Einklang mit der GeSI-Studie implementiert	2009	Umsetzung läuft.
		Unterstützung der internationalen Initiative „Green Mobile Devices and Accessories“ der Open Mobile Terminal Platform (OMTP)	2009	Umsetzung läuft.
	Minimierung der vom Konzern ausgehenden CO ₂ -Emissionen	Strombedarf des Konzerns in Deutschland zu 50 % aus erneuerbaren Energiequellen abgedeckt	2008	Ziel vorzeitig erreicht: Seit Anfang 2008 werden sogar 100 % des Strombedarfs des Konzerns in Deutschland aus erneuerbaren Energiequellen abgedeckt.
		Durchführung eines CO ₂ -Audit Projekts im Unternehmen	2009	Umsetzung läuft.
		Weitere Stromverbrauchsreduzierung im Mobilfunknetz durch Modernisierung der UMTS-Funktechnik	2010	Umsetzung läuft.
		Verbesserung der CO ₂ -Bilanz bei Geschäftsreisen durch Prüfung der Möglichkeit, Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings zu ersetzen	2008	Umsetzung läuft.
	Steigerung der Ressourceneffizienz und Intensivierung des Einsatzes ökologisch vorteilhafter Produkte in den internen Prozessen	Recycling von 17 500 Tonnen Kupferkabel in Deutschland im Rahmen der Umstellung auf unser Next Generation Network (NGN)	2008	Umsetzung läuft.
Entwicklung einer konzernweiten E-Waste Strategie		2009	Umsetzung läuft.	

	Konkernziel	Teilziele/Maßnahmen	Termine	Status 2007
Lieferanten	Konzernweite Implementierung einer nachhaltigen Beschaffungsstrategie	Gründung der Sustainable Procurement Working Group (SPWG)	2007	Ziel erreicht.
		Entwicklung, Verabschiedung und Implementierung einer konzernweiten nachhaltigen Beschaffungsstrategie	2007	Ziel erreicht.
	Einbettung von Nachhaltigkeit in das Lieferantenbeziehungsmanagement	Konzernweite Implementierung von E-TASC	2008	Ziel erreicht.
		Training von 100 % der Beschaffungsmanager zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen durch ein Online-Training Tool	2008	Umsetzung läuft.
	Programm zur Bewertung der Nachhaltigkeitsperformance von Lieferanten	Steigerung des Prozentsatzes des nach Nachhaltigkeitskriterien überprüften und bewerteten Einkaufsvolumens auf mindestens 62 %	2008	Umsetzung läuft; bis Ende 2007 lag die Abdeckung bei rund 55 % des gesamten Einkaufsvolumens.
Durchführung von Audits bei Lieferanten, die als risikoreich bzgl. Arbeitsbedingungen, Umwelt, Ethik und Gesundheit & Arbeitssicherheit gelten	Erhöhung der Audits um 2 p. a., um Einhaltung zu überprüfen	2007	Ziel erreicht.	
	Wiederholung der Audits innerhalb von drei Monaten bei all denjenigen Lieferanten, bei denen Risikopotenzial sowie Verbesserungsbedarf identifiziert wurde	2007	Ziel erreicht.	
Personal *	Wettbewerbsfähige Belegschaft	Rund 4 000 Neueinstellungen in Abhängigkeit der wirtschaftlichen Entwicklung in Deutschland, darunter ein Großteil Nachwuchskräfte	2008	Umsetzung läuft; 2007 rund 1 500 Neueinstellungen, davon 1 300 Nachwuchskräfte, die unbefristet übernommen worden sind.
		Personalanpassung in Deutschland: 32 000-Programm umsetzen	2006 – 2008	Umsetzung läuft; bis Ende 2007 sind 26 500 Mitarbeiter sozialverträglich aus dem nationalen Konzern ausgeschieden.
		Deutliche Verbesserung der Gesundheitsquote und Reduzierung der Anzahl der Unfälle	2008 – 2010	Umsetzung läuft; Gesundheitsquote lag zum 31.12.2007 im Konzern in Deutschland bei 94,5 %. Damit konnte bereits 2007 eine Verbesserung der Gesundheitsquote erreicht werden.
	Talent Agenda (optimales Know-how, Personalentwicklung und Führung)	Aufbau eines konzernweiten Nachfolgemaneagements für Führungskräfte	2008	Umsetzung läuft; 2007 wurde das HR-Topprojekt „Optimierte Karriereentwicklung durch STEP up!“ aufgesetzt, Bestandteil davon ist u. a. der Aufbau eines konzernweiten Nachfolgemaneagements für Führungskräfte.
		Anbieten von jährlich 2,9 % des inländischen Personalbestands der Stammkräfte als Ausbildungsplätze	2008 – 2010	Umsetzung läuft; zum 1.9.2007 haben 4 000 junge Menschen den Einstieg in das Berufsleben mit einem Ausbildungsplatz bei der Deutschen Telekom oder einem dualen Studium erhalten.
	Servicekultur (Maßnahmen zur Service Excellence)	Service Akademie: Alle Leitenden Angestellten des nationalen Konzerns absolvieren die Service Akademie	2008	Umsetzung läuft; Ende 2007 Start der Service Akademie.
	HR@2009	Neuausrichtung der Personalarbeit der Deutschen Telekom zur Verbesserung der internen Kundenorientierung und Erhöhung der Effizienz	2009	Umsetzung läuft; 2007 ist die Umsetzung der Restrukturierung gestartet.
Gesellschaft	Verbesserung der Bildung in den MINT-Fächern (Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik) in Deutschland über die Deutsche Telekom Stiftung	Unterstützung des „Jahres der Mathematik 2008“ als eine von vier Trägerorganisationen	2008	Umsetzung läuft.
	Anteil von Mädchen und jungen Frauen in MINT-Berufen erhöhen	Kooperation mit der Fraunhofer Gesellschaft zum Aufbau von Junior-Ingenieur Akademien mit einem Mädchenanteil von mindestens 50 %	2009	Umsetzung läuft.

* Beiträge der Konzernpersonalstrategie zur Erreichung der Konzernziele.

Kennzahlen.

Die Kennzahlen in den Bereichen Ökonomie, Ökologie und Soziales bieten dem Konzern wie der Öffentlichkeit die Möglichkeit, die Fortschritte und Leistungen der Deutschen Telekom kompakt und transparent nachzuvollziehen und zu vergleichen. Die Datenbasis für jede der konsolidierten Kennzahlen ist ausgewiesen. Die unter Deutsche Telekom genannten Daten betreffen den Konzern in seiner Gesamtheit. Angaben im Zusammenhang mit dem Ausdruck Deutsche Telekom Konzern beziehen sich auf alle Einheiten in Deutschland sowie die wesentlichen ausländischen Konzern-töchter mit Mehrheitsbeteiligung. Unter Deutsche Telekom Konzern in Deutschland genannte Daten beziehen sich auf alle Standorte der Konzern-einheiten in Deutschland. Angaben zur Deutschen Telekom AG betreffen lediglich die operativen Segmente T-Home sowie die Konzernzentrale & Shared Services.


 Kennzeichnung zertifizierter Daten für das Geschäftsjahr 2007.

Nachhaltigkeitsindikatoren.

Um unsere Nachhaltigkeitsperformance transparent und vergleichbar darzustellen, haben wir 2006 zwei „Sustainability Excellence-Key Performance Indikatoren“ (SE-KPIs) eingeführt. Sie basieren auf externen und

unabhängigen Einschätzungen von Kunden und Nichtkunden sowie auf Bewertungen durch Experten und dokumentieren so die Entwicklung und den Erfolg unserer Nachhaltigkeitsaktivitäten.


1. SE-KPI „Kundenwahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung“.

	 2007	2006	2005
Kundenwahrnehmung auf einer Skala von 2 bis 10, wobei 10 der höchste Wert ist	6,35	6,8	6,4

Grundlage für den ersten Indikator ist die Kundenwahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung der Deutschen Telekom. Der Wert wird durch ein externes Marktforschungsinstitut ermittelt. Grundlage ist eine repräsentative Befragung bei 1 000 Privat- und 600 Geschäftskunden des Konzerns in Deutschland.

Der zweite SE-KPI beruht auf den auswertbaren Ergebnissen der Nachhaltigkeitsratings externer Ratingagenturen. Sie verdeutlichen, dass unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in Fachkreisen gut bewertet werden.

2. SE-KPI „Bewertung der Nachhaltigkeitsperformance der Deutschen Telekom in Nachhaltigkeitsratings“.

Rater	Bewertungsstufen	Bewertung  Deutsche Telekom 2007	Bewertung Deutsche Telekom 2006	Bewertung Deutsche Telekom 2005	Schwerpunkte der Bewertung
oekom	A+ bis D-, wobei A+ das bestmögliche Ergebnis ist	Ergebnis aus 2005 bleibt bestehen	Ergebnis aus 2005 bleibt bestehen	Note B	Sozial-kulturelle Performance und Umweltschutz
SAM	In %	79 % „SAM Gold Class“	73 %	72 %	Alle Nachhaltigkeitsaspekte
Sarasin	In %	52 %	Ergebnis aus 2005 bleibt bestehen	61 %	Erstellung von Umwelt- und Sozialprofil anhand einer gesamtbetriebswirtschaftlichen Betrachtung
Carbon Disclosure Project	In %	Platz 1 in der Telekommunikationsbranche 95 % (AAA)	100 %	100 %	Bewertung von Risiken und Chancen der Branche sowie Politik und Strategien bei den Unternehmen
imug (EIRIS)	Skala i. d. R. von 1 bis 5, wobei Stufe 5 die bestmögliche Bewertung ist	Listing im FTSE4Good-Index und EIRIS-Portfolio Manager	Listing im FTSE4Good u. a.	Listing im FTSE4Good u. a.	Corporate Governance, soziale Aspekte (auch Menschenrechte) und Umwelt
Innovest	Details werden nicht offengelegt	Kein Listing in der Global 100 Liste	Listing in der Global 100 Liste, Platz 2 im Branchenranking	Listing in der Global 100 Liste	Stakeholder Capital, Strategic Governance, Human Capital, Environment
INrate	Je 3 Stufen in 2 Untersuchungsbereichen	Kein neues Rating, Ergebnis aus 2006 bleibt bestehen	ca. 93 %	Keine Bewertung	Bewertung von Unternehmen in Hinsicht auf ökologische und soziale Performance
Vigeo	Vergabe von Punkten, wobei 100 die höchstmögliche Punktzahl ist	Kein neues Rating, Ergebnis aus 2006 bleibt bestehen	49 Punkte	2005 kein Rating	Gesellschaftliches Engagement, Unternehmensführung, Beziehungen zu Kunden und Lieferanten, Gesundheit, Sicherheit und Umwelt, Personal und internationales Arbeitsrecht
DAX 30 Studie/scoris	In %	77,6 % (Platz 1) ^a	77 % (Platz 1) ^b	74,2 % (Platz 4) ^a	Corporate Governance, Ökologie, Soziales
KLD Research & Analytics	Details werden nicht offengelegt	Gelistet in verschiedenen KLD-Indizes	Keine Information	Keine Bewertung	Listing auf Grund der Aktivitäten zu CO ₂ -Verminderung

^a Herausgeber scoris, research scoris. ^b Herausgeber Euro Magazin, research scoris.

Ökonomische Kennzahlen.

Umsatzerlöse, EBITDA/EBITDA-Marge (bereinigt um Sondereinflüsse) und Konzernüberschuss der Deutschen Telekom.

in Mrd. €	1. Halbjahr 2008	✓ 2007	2006
Umsatzerlöse	30,1	62,5	61,3
EBITDA bereinigt *	9,5	19,3	19,4
EBITDA-Marge bereinigt * (in %)	31,7	30,9	31,7
Konzernüberschuss	1,3	0,6	3,2

* Die Deutsche Telekom definiert das EBITDA als Betriebsergebnis vor Abschreibungen auf immaterielle Vermögenswerte und Sachanlagen.

- ☞ Eine detaillierte Erklärung der EBITDA-wirksamen Sondereinflüsse, des bereinigten EBITDA und der bereinigten EBITDA-Marge findet sich im Konzernlagebericht des Geschäftsberichts 2007, Kapitel „Geschäftsentwicklung des Konzerns“, Seite 63 ff.
- ☞ Eine detaillierte Erläuterung dieser ökonomischen Kennzahlen findet sich unter www.telekom.com/investorrelations.

Ökologische Kennzahlen.

Energieverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

in MWh	Stromverbrauch			Heizenergieverbrauch		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Deutschland	✓ 2 992 382	2 927 002	2 956 769	✓ 731 437	758 708	717 143
Großbritannien	273 635	233 474	242 843	7 529	10 644	8 609
Niederlande	65 534	51 536	46 287	k. A.	k. A.	2 670
Österreich	111 993 ^a	65 780 ^a	9 002	3 981	4 539	4 618
Slowakei	88 888	103 249	100 515	42 487 ^c	57 012 ^c	77 973
Tschechische Republik	87 558	84 782	88 827	5 817	7 092	k. A.
Ungarn	205 042	296 205	233 115	81 641	120 964	112 026
Kroatien	97 711	96 411	101 928	31 603	36 134	42 500
Montenegro	8 400	10 942 ^b	k. A.	1 015	3 810 ^b	k. A.
Mazedonien	26 747	36 839 ^a	3 626	13 786	14 532 ^a	50
Polen	151 685 ^a	12 322 ^b	k. A.	k. A.	123 ^b	k. A.
USA	1 266 276	1 174 379 ^a	748 856	27 119	44 301 ^a	75 423
Ausland	2 383 470	2 165 919	1 575 000	214 977	299 153	323 870
Gesamt	5 375 851	5 092 921	4 531 769	946 414	1 057 861	1 041 012

k. A. = keine Angabe

Bei den veröffentlichten Einzelbeträgen handelt es sich um gerundete Werte. Bei ihrer Addition kann es daher zu leichten Abweichungen gegenüber den veröffentlichten Summen kommen.

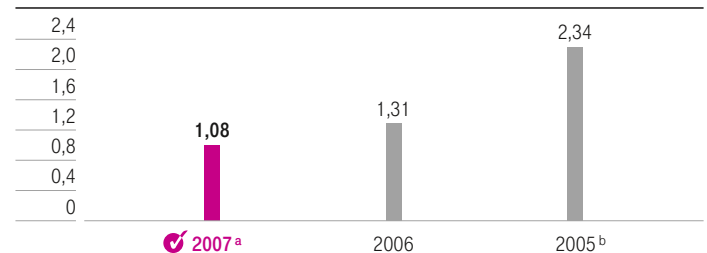
^a Die Werte sind nicht mit jenen Werten der Vorjahre vergleichbar, da sich die jeweiligen Datenerfassungssysteme im Aufbau befanden.

^b Hier gibt es keine Vergleichswerte aus den Vorjahren, da die betreffende Gesellschaft zu jenem Zeitpunkt keine Mehrheitsbeteiligung der Deutschen Telekom und daher auch nicht berichtspflichtig war.

^c Der deutliche kontinuierliche Rückgang an Heizenergie ergibt sich aus einer anhaltenden umfangreichen Personalanpassung bei Slovak Telekom.

Aktienanteil, der von nachhaltigen Investoren in Europa gehalten wird.

in %



^a Stand: Mai 2008.

^b Die zum Stichtag für den Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006 mit 1,5% vorsichtige Schätzung des SBI wurde später auf Basis der von SBI und Eurosif für 2005 errechneten 2,34% aktualisiert.

Der Aktienanteil, der von nachhaltigen Investoren in Europa gehalten wird, wurde 2007 ebenso wie in den Vorjahren durch das Sustainable Business Institute (SBI) ermittelt.

Der Stromverbrauch der Deutschen Telekom ist weltweit von 2006 auf 2007 entsprechend dem Branchentrend gestiegen. Der allgemein wachsende Verbrauchstrend ist ein Ergebnis der technischen Entwicklung (DSL), der steigenden Übertragungsmengen und des Ausbaus der Netze. Weitere Ursachen für den Anstieg des Stromverbrauchs im Ausland sind eine deutliche Erweiterung der Infrastruktur und der Aktivitäten in einigen Ländern. Der Anstieg des Stromverbrauchs in Österreich ist durch die komplette Übernahme aller technischen Anlagen und Shops in die Datenerfassung begründet.

In Deutschland konnten die durchgeführten Maßnahmen zur Energieeinsparung und Effizienzsteigerung den Anstieg zu einem großen Teil kompensieren. Auch in einer Reihe unserer Auslandstochtergesellschaften konnte der Energieverbrauch deutlich gesenkt werden. Telecom Croatia reduzierte den Energieverbrauch für Heizung deutlich. Slovak Telekom senkte 2007 den Stromverbrauch um 14 % gegenüber 2006. Auch Magyar Telekom in Ungarn war sehr aktiv und erfolgreich bei der Reduzierung sowohl des Energieverbrauchs als auch der Emissionen. Die Maßnahmen umfassen die Nutzung erneuerbarer Energien, die Steigerung der Energieeffizienz und die Bewusstseinsbildung der Mitarbeiter.

Emissionen Deutsche Telekom Konzern.

in t CO ₂ -Äquivalente	aus Stromverbrauch			aus Heizenergieverbrauch		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Deutschland	922 260	1 198 230	1 896 162	184 160	199 646	179 228
Großbritannien	79 585	130 668	134 663	1 846	2 699	2 202
Niederlande	6 300	7 073 ^c	5 769	k. A.	k. A.	677
Österreich	23 643 ^a	15 581 ^a	2 181	839	1 000	934
Slowakei	27 322	38 745	88 423	11 039	13 601	20 767
Tschechische Republik	72 598	78 476	78 141	1 318	1 776	k. A.
Ungarn	120 807	194 844	205 070	23 365	31 933	32 012
Kroatien	33 267	37 522	89 666	9 206	9 540	12 317
Montenegro	2 860	4 259 ^b	k. A.	378	1 222 ^b	k. A.
Mazedonien	9 106	14 337 ^a	3 190	4 906	4 536 ^a	19
Polen	146 908 ^a	12 572 ^b	k. A.	k. A.	53 ^b	k. A.
USA	862 435	849 557 ^a	555 244	6 596	12 174 ^a	19 127
Ausland	1 384 832	1 383 635^c	1 162 344	59 493	78 532	88 055
Gesamt	2 307 092	2 581 865^c	3 058 506	243 654	278 178	267 283

k. A. = keine Angabe

Bei den veröffentlichten Einzelbeträgen handelt es sich um gerundete Werte. Bei ihrer Addition kann es daher zu leichten Abweichungen gegenüber den veröffentlichten Summen kommen.

^a Die Werte sind nicht mit jenen Werten der Vorjahre vergleichbar, da sich die jeweiligen Datenerfassungssysteme im Aufbau befanden.

^b Hier gibt es keine Vergleichswerte aus den Vorjahren, da die betreffende Gesellschaft zu jenem Zeitpunkt keine Mehrheitsbeteiligung der Deutschen Telekom und daher auch nicht berichtspflichtig war.

^c Diese Werte wurden gegenüber den CR-Daten & Fakten 2007 korrigiert.

Die Berechnung der Emissionen basiert auf dem Verbrauch von elektrischem Strom, Fernwärme und fossilen Energieträgern. Sie wurde mit Hilfe des Globalen Emissions-Modells Integrierter Systeme (GEMIS, www.oeko.de/service/gemis/de/) vorgenommen und schließt auch die Emissionen mit ein, die in den Vorketten zur Energieerzeugung (gesamter Lebenszyklus ohne Abfallentsorgung) entstehen. Dadurch sind die spezifischen Emissionsraten und die daraus berechneten Emissionen um etwa ein Drittel höher, als sie bei Verwendung der International Energy Agency (IEA-) bzw. Greenhouse Gas (GHG-) Protocol Daten wären. Die deutlichen Änderungen der Emissionen in einigen Ländern im Vergleich zum zu Grunde gelegten Energieverbrauch resultieren aus den aktualisierten spezifischen Emissionsraten (Update auf GEMIS 4.42).

Durch eine Vielzahl von Maßnahmen konnte die Deutsche Telekom die aus dem Stromverbrauch in Deutschland resultierenden indirekten CO₂-Emissionen im Jahr 2007 erneut senken. Die CO₂-Belastung wurde vor allem durch den Kauf von 1,606 TWh Erneuerbare Energien-Zertifikaten (RECS, Renewable Energy Certificate System) deutlich reduziert. Damit bezogen wir im Jahr 2007 knapp 68 % unseres Strombedarfs in Deutschland aus erneuerbaren Energiequellen (Anteil im deutschen Strommix und RECS-Zertifikate). 2008 haben wir diesen Anteil auf 100 % erhöht.

T-Mobile UK konnte durch Maßnahmen zur Energiereduzierung und den Wechsel auf einen emissionsarmen Strombezug seine strombedingten Emissionen um fast 40 % senken.

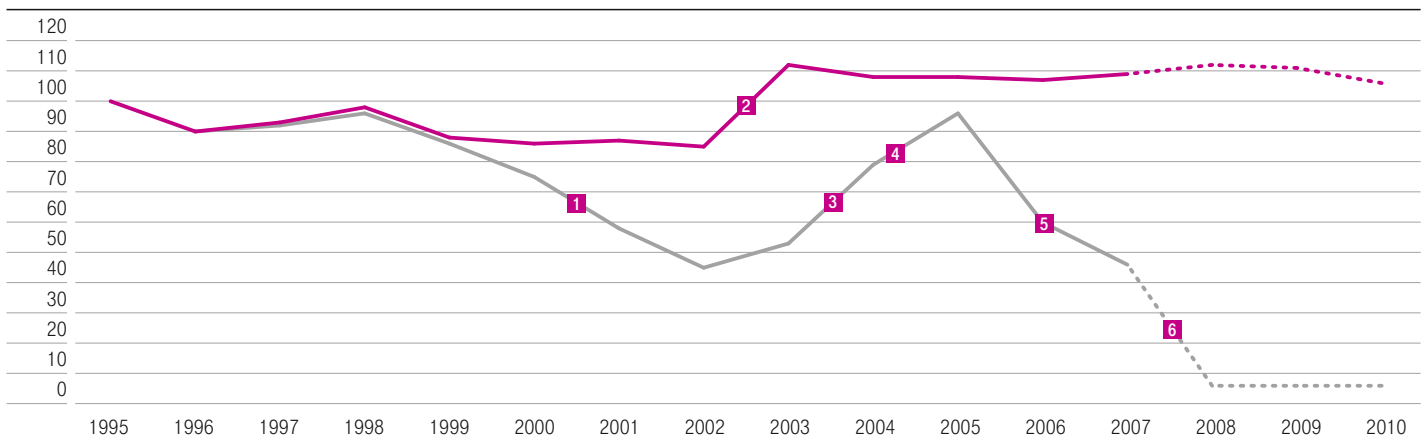
Spezifische Emissionen Deutsche Telekom Konzern.

in g CO ₂ -Äquivalente/kWh	aus Stromverbrauch			aus Heizenergieverbrauch		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Deutschland	✓ 308	409	641	✓ 252	263	250
Ausland	581	639	738	277	263	272
Gesamt	429	507	675	257	263	257

Die spezifischen Emissionen sind ein Maß für die Emissionsintensität der eingesetzten Energieträger. Sie geben insbesondere über die Ergebnisse unserer Maßnahmen zur Reduzierung der durch den Stromverbrauch erzeugten CO₂-Emissionen Auskunft. Dies zeigt auch das nachfolgende Diagramm.

Entkopplung Stromverbrauch/CO₂-Emissionen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in % (1995 = 100 %)



— Stromverbrauch Deutschland
— CO₂-Äquivalente-Emissionen

- 1 Verstärkter Einkauf von KWK-Strom
- 2 Anstieg des Energieverbrauchs aus technischen Gründen
- 3 Energieversorger stoppen Datenangaben für Anteile KWK-Strom
- 4 Energieversorger stoppen Datenangaben für Strommix
-> Berechnung nach Deutschland-Mix
- 5 Einkauf von Strom aus erneuerbaren Quellen ¹
- 6 Verstärkter Einkauf von Strom aus erneuerbaren Quellen ¹
und Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz

Die Deutsche Telekom arbeitet mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket kontinuierlich daran, die betrieblichen Aktivitäten vom CO₂-Ausstoß zu entkoppeln. Ab 2008 wird der Strombedarf in Deutschland vollständig aus erneuerbaren Energien (Anteil im deutschen Strommix und RECS-Zertifikate) gedeckt.²

Mit diesen Maßnahmen werden wir unser ursprüngliches Ziel, die strombedingten CO₂-Emissionen in Deutschland bis zum Jahr 2010 gegenüber 1995 zu halbieren, deutlich übertreffen.

¹ Erneuerbare Energien aus Deutschland-Mix zuzüglich RECS-Zertifikate.

² Da das zur Berechnung der Emissionen verwendete Modell GEMIS auch die Vorketten der Energieerzeugung mit einschließt, bleibt ein geringer Restbetrag an Emissionen bestehen.

Fuhrpark, Verbrauch und Mobilität Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Stichtag: 31.12.	2007	2006	2005
Fahrzeuge gesamt	42 591	42 260	41 978
Dienstfahrzeuge ^a	28 460	29 424	31 148
Geschäftsfahrzeuge ^b	14 124	12 836	10 830
Fahrleistung (in Mio. km)	922,0*	905,9	803,1
Dienstfahrzeuge ^a	416,0*	446,0	425,4
Geschäftsfahrzeuge ^b	506,0*	459,9	377,7
Verbrauch (in Mio. l)	68,8	68,9	62,0
Dienstfahrzeuge ^a	30,8	33,2	31,6
Geschäftsfahrzeuge ^b	38,0	35,7	30,4

* Daten errechnet unter Berücksichtigung gleichbleibender Durchschnittsverbräuche im zweiten Halbjahr.

Der Mobilitätsbedarf der Deutschen Telekom hat sich in Deutschland in den letzten Jahren stetig erhöht. Der strategische Umbau des Konzerns und die daraus resultierenden organisatorischen Veränderungen haben zu einer intensiveren Nutzung der Fahrzeuge in den letzten Jahren geführt. Die geringfügige Erhöhung der Anzahl der Fahrzeuge bedingt eine leichte Steigerung der Fahrleistung.

Durchschnittliche Jahresfahrleistung Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in km/Jahr	2007	2006	2005
Dienstfahrzeuge ^a	14 617	15 158	13 657
Geschäftsfahrzeuge ^b	35 826	35 829	34 873
Gesamt	21 648	21 436	19 131

Die durchschnittlichen Fahrleistungen der Fahrzeuge haben sich nach stetigem Anstieg in den Vorjahren auf dem Niveau des Vorjahres stabilisiert.

Durchschnittsverbrauch Fuhrpark Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in l/100 km	2007	2006	2005
Dienstfahrzeuge ^a	7,40	7,44	7,44
Geschäftsfahrzeuge ^b	7,51	7,76	8,04
Gesamt	7,46	7,61	7,72

Der Durchschnittsverbrauch der Fahrzeuge konnte im abgelaufenen Jahr wiederum reduziert werden. Die Verbrauchssenkung ist weiterhin ein klares Ziel von DeTeFleetServices. Erreicht wird sie durch den Einkauf sparsamerer Fahrzeuge der neuesten Technologie sowie den Einsatz alternativer Kraftstoffe und Antriebssysteme.

CO₂-Emissionen Fuhrpark Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in t	2007	2006	2005
Dienstfahrzeuge ^a	80 728	86 904	82 100
Geschäftsfahrzeuge ^b	99 332	92 607	77 400
Gesamt	180 060	179 511	159 500

Der Anstieg der CO₂-Emissionen ist eine direkte Folge des in den letzten Jahren gestiegenen Mobilitätsbedarfs. Begründet durch Einkaufsentscheidungen nach Kennzahlen zum Verbrauch und Schadstoffausstoß soll der CO₂-Ausstoß je Kilometer in den kommenden Jahren weiter reduziert werden.

^a Inklusive Poolfahrzeuge.
^b Inklusive Betriebsfahrzeuge.

Fahrzeuge und Fahrleistungen Deutsche Telekom Konzern.

Erhebungszeitraum: 2007

	Kfz Anzahl	Dienst- fahrzeuge Anzahl	Geschäfts- fahrzeuge Anzahl	Anteil Ottomotor in %	Anteil Dieselmotor ^a in %	Jahres- fahrleistung in Mio. km	Kraftstoffmenge	
							Benzin in Tsd. l	Diesel in Tsd. l
Großbritannien	532	182	350	14,7	84,6	12,4	k. A.	k. A.
Kroatien	1 760	523	1 237	6,4	93,6	34,0	134,8	2 104,9
Mazedonien	494	340	154	18,0	82,0	8,1	732,0 ^b	
Niederlande	297	40	257	36,0	64,0	28,1	248,1	3 098,7
Österreich	264	13	251	0,8	99,2	8,2	14,5	601,8
Slowakei ^c	1 600	1 354	246	85,0	15,0	28,5	1 762,6	662,4
Tschechische Republik	642	485	157	67,8	31,8	18,6	782,6	557,4
Ungarn	2 899	2 222	677	36,7	62,2	51,0	2 126,0	2 111,0
USA	1 697	1 697	0	0,4	99,6	62,6	9 061,6	3,7
Montenegro	135	103	32	9,0	91,0	1,5	13,0	103,3
Polen	1 183	k. A.	k. A.	5,8	94,2	k. A.	156,5	1 874,9

k. A. = keine Angabe

^a Da einige Gesellschaften auch Hybrid- und Erdgasfahrzeuge einsetzen, ergeben die Summen der Anteile Otto- zu Dieselmotor bei diesen nicht 100%.^b Benzin und Diesel.^c Slovak Telekom ohne T-Mobile Slovensko.

Gerade an unseren osteuropäischen Standorten stieg auf Grund des erhöhten Mobilitätsbedarfs 2007 im Vergleich zum Vorjahr die jährliche Fahrleistung. Der Durchschnittsverbrauch der Fahrzeugflotten des Konzerns sank jedoch im gleichen Zeitraum. Der rückläufige Treibstoffverbrauch trotz gestiegener Fahrleistung ist im Wesentlichen durch eine kontinuierliche Modernisierung des Fuhrparks durch verbrauchsärmere Fahrzeugmotoren zu erklären. So werden beispielsweise in Ungarn seit 2007 alleine 18 Hybridfahrzeuge eingesetzt.

Der Wasserverbrauch ist nicht an die Leistungserbringung gegenüber den Kunden gekoppelt. Er entsteht im Wesentlichen durch die Nutzung sanitärer Anlagen und die Bewässerung der Außenanlagen. Daher halten wir den Aufwand für die Datenerfassung in diesem Bereich gering.

Daten für Wasserverbräuche werden in Deutschland aus Kostendaten ermittelt. In den Auslandsgesellschaften erfolgt die Ermittlung teilweise auch durch Hochrechnungen aus Rechnungsdaten, Messergebnissen oder Schätzungen. Die Kostendaten beruhen auf Rechnungsstellungen von Gebäudedienstleistern, die Abrechnungen von Versorgungsdienstleistern einschließen. Auf Grund unterschiedlicher Abrechnungsperioden können zeitliche Verschiebungen bei der Erfassung, der Abrechnung sowie dem Ausweis von Verbräuchen zu Grunde liegen.

Wasserverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

in m ³	2007	2006	2005
Deutschland	3 580 000	3 780 000	3 703 466
Großbritannien ^a	138 456	500 000	484 243
Kroatien	180 870	171 367	179 030
Mazedonien	209 000	17 000	18 000
Niederlande ^b	30 000	40 299	30 632
Österreich	11 315	10 240	11 036
Slowakei	167 291	251 629	261 240
Tschechische Republik	44 535	31 299	k. A.
Ungarn ^c	244 000	672 200	668 000
USA ^d	1 280 156	k. A.	812 032
Montenegro	27 338	19 000	k. A.
Ausland	2 332 961	1 713 034	2 464 213
Gesamt	5 912 961	5 493 034	6 167 679

k. A. = keine Angabe

^a Datengrundlage 2007 umfasst ausschließlich T-Mobile UK.^b Hier sind Schätzgrößen enthalten.^c Mazedonien und Montenegro werden 2007 separat ausgewiesen.^d Keine Ausweisung der Verbrauchsdaten 2006 möglich, da die Umstellung des Abrechnungssystems zu lückenhafter Berechnung der Verbrauchswerte geführt hat.

Abfallaufkommen Deutsche Telekom Konzern.

in t	Gesamtabfall			Technischer Abfall			Sonderabfall		
	2007	2006	2005	2007	2006	2005	2007	2006	2005
Deutschland	57 727	53 596	52 891	21 116	10 948	11 841	3 290	895	1 191
Großbritannien	1 466	2 000	1 699	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Kroatien ^a	870	1 297	3 403	381	649	2 973	133	320	9
Mazedonien	261	2 688	142	211	317	29	k. A.	k. A.	k. A.
Niederlande ^b	551	277	272	22	92	k. A.	4	1	k. A.
Österreich	181	634	135	k. A.	k. A.	42	k. A.	k. A.	1
Slowakei	3 651	3 905	7 951	1 478	1 419	4 650	334	316	746
Tschechische Republik ^c	705	586	424	59	231	76	11	11	35
Ungarn ^d	6 086	8 247	7 802	1 385	1 892	2 098	1 598	541	649
Montenegro	387	s. Ungarn	s. Ungarn	k. A.	s. Ungarn	s. Ungarn	75	s. Ungarn	s. Ungarn
USA	25 371	12 572	9 857	12 073	12 572	9 126	k. A.	k. A.	k. A.
Polen	493	225	1 996	36	25	17	k. A.	k. A.	k. A.
Ausland	40 022	32 431	33 681	15 645	17 197	19 011	2 155	1 189	1 440
Gesamt	97 749	86 027	86 572	36 761	28 145	30 852	5 445	2 084	2 631

k. A. = keine Angabe

^a Technische Abfälle werden in einem Abfallregister mit Mengenangaben geführt.

^b Daten werden durch Schätzungen basierend auf Lieferantendokumenten ermittelt.

^c Abfalldaten beziehen sich im Wesentlichen auf Verwaltungsgebäude. Daten für „Shops“ wurden mit Durchschnittswerten verfügbarer Daten hochgerechnet.

^d Von Magyar Telekom werden lediglich gefährliche Abfälle gemessen (Menge und Abfallart). Alle anderen technischen Abfälle werden auf Datengrundlagen des Einkaufs geschätzt. Die Mengenangaben für 2005 und 2006 enthalten auch die von Montenegro.

Ein Kabelbergungsprojekt bei T-Home hat 2007 zu besonders hohen Mengen an Abfällen von Kabeln und Kunststoffen gegenüber den Vorjahren geführt (Muffen sind hierbei mit eingegangen). Im zweiten Halbjahr 2007 wurden im Zuge dieses Kabelbergungsprojekts aufgelassene Erdkabel, die in Röhrenanlagen der Telekom verlegt waren, aus der Erde geborgen und zur Kupfer- und Bleigewinnung zur Entsorgung gegeben. Allein durch dieses Sonderprojekt wurden im Jahr 2007 21 405 Tonnen Kabel geborgen und entsorgt. Dabei wurde eine anteilige Menge als gefährlich eingestuft und als Sonderabfall behandelt. Das Kabelbergungsprojekt wird auch im Jahr 2008 fortgesetzt. Bei der Regelentsorgung ist das Volumen an Kabelabfällen leicht rückläufig.

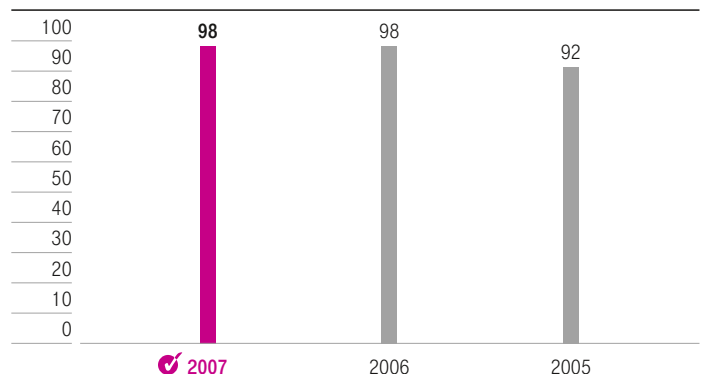
Die von den Auslandstöchtern gemeldeten Abfalldaten für das Jahr 2007 weisen teilweise reduzierte Volumina aus. Nähere Analysen zu Hintergründen wurden bisher nicht initiiert.

Die Abfalldaten der Auslandstochter werden weitgehend aus Rechnungsdaten von Servicedienstleistern ermittelt bzw. auf Grund von Lieferanteninformationen hochgerechnet. Konkret werden Nachweise in der Regel für gefährliche Abfälle geführt.

Für Deutschland werden Volumina für Siedlungsabfälle und Altpapier auf der Basis überbetrieblicher Kennzahlen geschätzt. Dazu werden diese Abfälle nach ihrer Dichte in Volumen und Gewicht umgerechnet und anhand von Mitarbeiterzahlen zum Jahresaufkommen hochgerechnet.

Jährliche Verwertungsquote bei Abfällen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in % (teilweise hochgerechnet)



Die Verwertungsquote für Abfälle gilt für alle Konzerneinheiten in Deutschland und liegt konstant bei fast 100%. Die Regelentsorgung erfolgt über zertifizierte Entsorgungsfachbetriebe sowie mittels thermischer Verwertung.

802 Weitere ökologische Kennzahlen finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Soziale Kennzahlen.

Gesundheitsquote Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in %	2007	2006	2005
Breitband/Festnetz	93,8	93,5	94,4
Mobilfunk	95,1	95,2	94,8
Geschäftskunden	96,2	96,5	96,7
Konzernzentrale & Shared Services	93,6	92,2	91,2
Gesamt	94,5	94,3	94,7

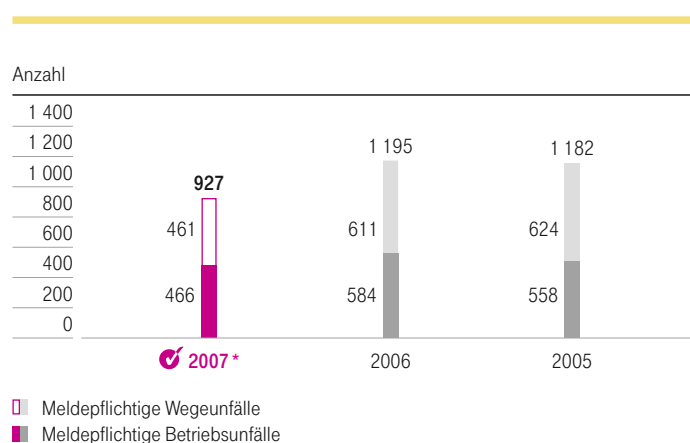
Verstärkte Aktivitäten im betrieblichen Gesundheitsmanagement haben dazu beigetragen, die Konzerngesundheitsquote zum 31. Dezember 2007 leicht zu verbessern.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2007	2006	2005
Anzahl der Verträge Telekom Pensionsfonds (gerundete Zahlen)	39 365	39 400	33 600
Fondsvermögen Telekom Pensionsfonds (in Mio. €)	213,04	158,2	120,1
Kapitalkontenzusagen (arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung Telekom)	108 509	115 690	126 143

Bereits seit 2002 unterhält die Deutsche Telekom einen konzerneigenen Pensionsfonds zur finanziellen Absicherung unserer Beschäftigten nach dem Berufsleben. Die Zahl der am Telekom Pensionsfonds (TPF) beteiligten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hat im Berichtszeitraum leicht abgenommen. Insgesamt belief sich die Anzahl der Verträge zum 31. Dezember 2007 auf 39 365. Dabei entwickelte sich der Fonds finanziell positiv. Auf Grund der rückläufigen Mitarbeiterzahl in Deutschland ist die Anzahl der Kapitalkontenzusagen der arbeitgeberfinanzierten betrieblichen Altersversorgung im Jahr 2007 gesunken und lag zum 31. Dezember 2007 bei 108 509 Stück.

Unfallentwicklung Deutsche Telekom AG.



* Wie im Vorjahr kam es 2007 zu keinen tödlichen Betriebs- bzw. Wegeunfällen.

Restrukturierungsmaßnahmen und Veränderungen der Bearbeitungs- und Meldeprozesse haben 2007 im Vergleich zum Vorjahr zu einem signifikanten Rückgang der meldepflichtigen Betriebs- und Wegeunfälle bei der Deutschen Telekom AG geführt. 2008 wird deutschland- und konzernweit ein geändertes Monitoring aufgesetzt.

Ideenmanagement Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2007	2006	2005
Verbesserungsvorschläge	8 841	8 600	7 821
Einsparungen (in Mio. €)	99	74	98
Patentanmeldungen	542	557	412

Insgesamt 8 841 Ideen haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2007 eingereicht, 1 200 davon im Rahmen des Wettbewerbs Ideen für Service. Die Anzahl der Eingänge ist damit gegenüber 2006 leicht gestiegen. Auf Grund der Verbesserungsmaßnahmen, die aus den Vorschlägen unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hervorgingen, ist ein Nutzen in Höhe von 99 Mio. € für den Konzern entstanden. Im Jahr 2007 wurden außerdem 542 Patente neu angemeldet.

Um das Potenzial unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter noch besser zu nutzen, sollen künftig Anzahl und Qualität der Ideen steigen und die Prozesse des Ideenmanagements verbessert werden. 2007 wurden die relevanten Strukturen und Prozesse überprüft. Anhand dieser Erkenntnisse wird 2008 im Rahmen von „HR@2009“ das Ideenmanagement des Konzerns neu ausgerichtet.

Personalstandsentwicklung Deutsche Telekom Konzern.

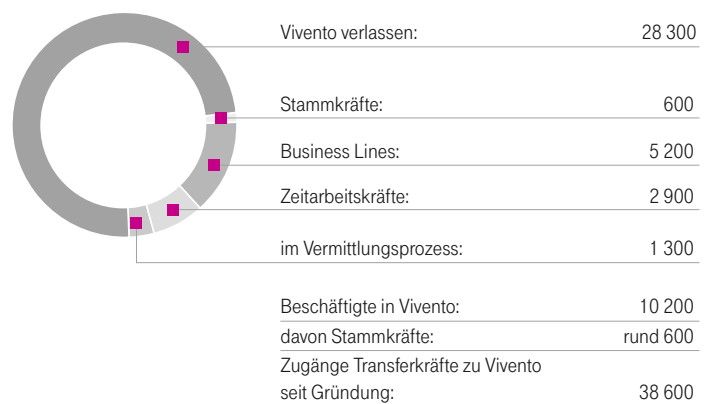
Mitarbeiter im Konzern, jeweils zum 31.12.	2007	2006	2005
Gesamt	241 426	248 800	243 695
davon: Deutsche Telekom AG	51 863	92 575	106 604
Mobilfunk Europa	32 304	29 937	23 910
Mobilfunk USA	33 750	30 492	27 500
Mobilfunk gesamt	66 054	60 429	51 410
Breitband/Festnetz *	93 486	101 594	109 256
Geschäftskunden *	56 516	57 538	52 827
Konzernzentrale & Shared Services *	25 370	29 239	30 202
Geografische Verteilung			
Deutschland	148 938	159 992	168 015
International	92 488	88 808	75 680
davon: übrige EU	45 709	45 144	37 273
davon: Europa, außerhalb EU	8 179	9 014	9 169
davon: Nordamerika	34 297	31 049	27 851
davon: restliche Welt	4 303	3 601	1 387
Konzernumsatz je Mitarbeiter			
Produktivitätsentwicklung (in Tsd. €)	257	247	245

* Abweichend zur Berichterstattung im Vorjahr wird die Gesellschaft Magyar Telekom seit dem 1. Januar 2007 auch in die Segmente Geschäftskunden und Konzernzentrale & Shared Services unterteilt. Bisher waren diese Bereiche nur im Segment Breitband/Festnetz abgebildet. Die Vorjahreswerte wurden entsprechend angepasst.

Die technologische Entwicklung, der hohe Wettbewerbsdruck und die Regulierungspolitik in Deutschland, die vorsieht, Marktanteile der Deutschen Telekom an Wettbewerber zu verteilen, zwingen die Deutsche Telekom, kontinuierlich den Personalkörper an das Kunden- und Geschäftsvolumen anzupassen. Dieser personelle Umbau geht mit einer Personalanpassung im Wesentlichen im Festnetzbereich einher. Durchgeführt wird diese insbesondere in Deutschland sowie in den osteuropäischen Konzerneinheiten. In Wachstumsmärkten wie dem Mobilfunkmarkt in den USA waren wir im Jahr 2007 dagegen in der Lage, Personal aufzubauen.

Vivento Personalbestand.

Stand: 31.12.2007



Vivento ist der konzerninterne Dienstleister für Personalüberhang- und Vermittlungsmanagement der Deutschen Telekom. Seit der Gründung im Jahr 2002 hat Vivento rund 38 600 Beschäftigte aus dem Konzern aufgenommen. Zum 31. Dezember 2007 haben rund 3 600 Mitarbeiter Vivento verlassen, womit die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter auf 10 200 zurückging. Von ihnen waren rund 600 Stammkräfte, 5 200 Beschäftigte der Vivento Business Lines sowie rund 4 200 Transferbeschäftigte. Etwa 2 900 der Transferbeschäftigten befanden sich zum genannten Zeitpunkt in Zeitarbeitsverhältnissen. Insgesamt haben seit Bestehen von Vivento rund 28 300 Beschäftigte Vivento wieder verlassen.

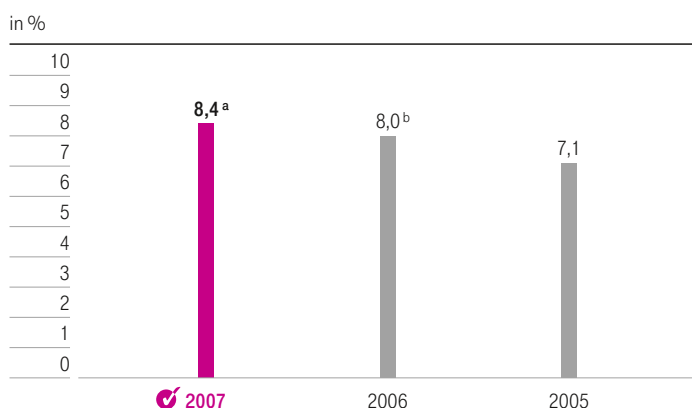
Weiterbildung durch Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2007	2006	2005
Seminare	17 071	16 061	12 826
Teilnehmer	108 943	150 533	122 379
Teilnehmertage	459 124	393 962	403 178
Zugriffe Global Teach*	432 900	707 743	555 696

* Global Teach ist eine interne E-Learning-Plattform.

Weiterbildungsprogramme zur strategischen Personalentwicklung werden im Konzern Deutsche Telekom von Telekom Training umgesetzt. Das Unternehmen koordiniert und konzipiert sowohl für den internen als auch für den externen Markt in Deutschland Qualifizierungsmaßnahmen für Fach- und Führungskräfte. U. a. organisiert Telekom Training Qualifizierungsseminare im Bereich Service und leistet damit einen wichtigen Beitrag zur stärkeren Ausrichtung des Konzerns als Serviceunternehmen. Insgesamt wurden im Jahr 2007 17 071 Seminare angeboten. 108 943 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter nahmen dabei an 459 124 Trainingstagen teil.

Ausbildungsquote Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



^a Gerundete Angabe, analog zum Geschäftsbericht 2007, Seite 90.
^b Gerundete Angabe, analog zum Geschäftsbericht 2006, Seite 100.

Die Deutsche Telekom und ver.di haben sich mit ca. 8,4 % der inländischen Belegschaft des Konzerns (ohne Vivento) auf eine überdurchschnittliche Ausbildungsquote für das Jahr 2007 geeinigt. Auch für die Jahre 2008 bis 2010 wird die Ausbildungsquote ihr hohes Niveau behalten. Sie liegt bei jährlich 2,9 % des jeweiligen Personalbestands an Stammkräften in Deutschland.

Anteil Frauen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in %, Stichtag: 31.12.*	2007	2006	2005
Anteil an der Gesamtbelegschaft	31	31	31
Anteil Leitende Angestellte	12	10	11

* Alle Werte sind gerundet und weichen von den in CR-Daten & Fakten 2007 veröffentlichten Werten ab, da sich diese auf die Deutsche Telekom zum 30. Juni des jeweiligen Jahres beziehen.

Der Anteil der Frauen im Konzern lag 2007 wie in den Jahren zuvor bei gut einem Drittel. Ihr Anteil im oberen Management der Deutschen Telekom ist dabei mit zwei Prozentpunkten leicht gestiegen.

Anteil schwerbehinderter Beschäftigter Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.



* Durchschnittswert.

Wie in den vergangenen Jahren hat die Deutsche Telekom 2007 bei der Beschäftigung von schwerbehinderten Menschen die gesetzlich geforderte Quote von 5 % mehr als erfüllt. Laut deutschem Schwerbehindertenrecht sind private und öffentliche Arbeitgeber mit mindestens 20 Arbeitsplätzen zu dieser Beschäftigungsquote verpflichtet. Seit Jahren nimmt die Deutsche Telekom ihre Verantwortung für Menschen mit Behinderung wahr und richtet bedarfsgerechte barrierefreie Arbeitsplätze ein.

803 Weitere soziale Kennzahlen finden Sie im CR-Onlinebericht 2008.

Testierung.

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung.

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit ausgewählter Daten in dem von der Deutsche Telekom AG, Bonn, aufgestellten Bericht „Connected life and work – Corporate Responsibility Bericht 2008“ („Corporate Responsibility Bericht“) durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter. Die Aufstellung des Corporate Responsibility Berichts unter Beachtung der in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (Seite 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien Wesentlichkeit, Einbezug von Stakeholdern, Nachhaltigkeit, Vollständigkeit, Ausgewogenheit, Klarheit, Genauigkeit, Aktualität, Vergleichbarkeit und Zuverlässigkeit liegt in der Verantwortung des Vorstands der Deutsche Telekom AG. Diese Verantwortung umfasst zum einen die Auswahl und Anwendung angemessener Methoden zur Erstellung des Corporate Responsibility Berichts sowie das Treffen von Annahmen und die Vornahme von Schätzungen zu einzelnen Angaben, die unter den gegebenen Umständen plausibel sind. Zum anderen umfasst die Verantwortung die Konzeption, Implementierung und Aufrechterhaltung von Systemen und Prozessen soweit sie für die Erstellung des Corporate Responsibility Berichts von Bedeutung sind.

Verantwortung des Wirtschaftsprüfers. Unsere Aufgabe ist es, auf Grundlage der von uns durchgeführten Tätigkeiten eine Beurteilung darüber abzugeben, ob uns Sachverhalte bekannt geworden sind, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit einem Häkchensymbol (☑) gekennzeichneten Daten des Corporate Responsibility Berichts nicht in Übereinstimmung mit den oben genannten Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 der GRI ermittelt worden sind.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 vorgenommen. Danach haben wir die Berufspflichten einzuhalten und den Auftrag so zu planen und durchzuführen, dass wir unsere Beurteilung mit einer begrenzten Sicherheit abgeben können. Bei einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind die durchgeführten Prüfungshandlungen im Vergleich zu einer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer hinreichenden Sicherheit weniger umfangreich, so dass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Dies schließt die Beurteilung des Risikos wesentlicher Abweichungen der mit einem Häkchensymbol (☑) gekennzeichneten Daten von den vorgenannten Kriterien ein. Im Rahmen unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung haben wir u. a. folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der ausgewählten Daten, welche mit einem Häkchensymbol (☑) gekennzeichnet sind, auf Konzern- und Betriebsebene.
- Befragung der für die Erstellung des Corporate Responsibility Berichts verantwortlichen zentralen Abteilung über den Prozess zur Berichterstellung und das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem.
- Abgleich von ausgewählten Daten mit den entsprechenden Angaben im Geschäftsbericht 2007.
- Befragung von Mitarbeitern der Bereiche CR Strategy/Controlling, Ideenmanagement, Personal, Social Responsibility/Communication sowie Sustainable Development/Environment.
- Untersuchung des Systems zur Ermittlung der CO₂-Emissionen hinsichtlich des Prozesses und der Verantwortlichkeiten, Systemgrenzen und Emissionsfaktoren sowie die Übernahme der Ergebnisse des TÜV-Prüfberichts bezogen auf die Daten für das Kalenderjahr 2007 zum Elektrizitätsbedarf des Konzerns Deutsche Telekom für Deutschland.
- Erlangung von Nachweisen für die Richtigkeit der mit einem Häkchensymbol (☑) gekennzeichneten Daten, u. a. durch Einsicht in Meldungen an Behörden und in Verträge sowie durch die Analyse von Daten, die als Berichte aus IT-Systemen generiert wurden.

Urteil. Auf der Grundlage unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die mit einem Häkchensymbol (☑) gekennzeichneten Daten des Corporate Responsibility Berichts in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (Seite 7 bis 17) der GRI ermittelt worden sind.

Frankfurt am Main, 15. August 2008

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft


gez. Michael Werner

gez. ppa. Dieter W. Horst

GRI-Index und Global Compact Fortschrittsbericht.

Der vorliegende Corporate Responsibility (CR)-Bericht 2008 der Deutschen Telekom erfüllt in vollem Umfang die aktuellen Leitlinien (G3) der Global Reporting Initiative (GRI), inklusive der Pilotversion des Sector Supplements für Unternehmen der Telekommunikationsbranche aus dem Jahr 2003. Die GRI hat dies geprüft und mit „A+“, dem höchsten Application Level, bestätigt.

Der nachfolgende GRI-Index gibt Auskunft darüber, in welchem Umfang wir die Indikatoren der GRI berücksichtigen. Gleichzeitig legt er offen, an welcher Stelle im Bericht die Indikatoren erfüllt werden. Dabei verweisen wir teilweise auch auf den CR-Onlinebericht 2008 und weitere Konzernpublikationen der Deutschen Telekom. Zusatzindikatoren, deren Erfüllung für das Level A nicht bindend gelten, sind grau abgedruckt.

Ein ausführlicher GRI-Index ist im CR-Onlinebericht 2008 veröffentlicht. Dort finden Sie ergänzende Erklärungen zu den einzelnen Indikatoren. Außerdem geben wir Auskunft darüber, warum die Deutsche Telekom bestimmte Indikatoren nicht ausweist. Teilweise liegen diese Entscheidungen im Materiality-Prozess begründet, der dem Berichtsprozess voranging.  Siehe Seite 17.

COP. Der vorliegende CR-Bericht dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) der Deutschen Telekom im Rahmen des Global Compact der Vereinten Nationen. Die nachfolgende Tabelle zeigt auf, an welcher Stelle wir im vorliegenden CR-Bericht oder im CR-Onlinebericht 2008 das Engagement abbilden, mit dem die Deutsche Telekom die zehn Prinzipien des Global Compact erfüllt.

Indikator	Verweis	Status
1. Strategie und Analyse		
1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	 S. 2 f.	●
1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	 S. 14; GB 2007 S. 25, 92 ff.	●
2. Organisationsprofil		
2.1 Name der Organisation	 S. 6 f., Kontakt und Impressum	●
2.2 Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	 S. 6	●
2.3 Organisationsstruktur	 S. 6 f.; GB 2007 S. 52 ff.	●
2.4 Hauptsitz der Organisation	 S. 6, 39; GB 2007 S. 4, 16 ff., 54	●
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	 S. 6 f.; GB 2007 S. 51 f.	●
2.6 Eigentümerstruktur	 S. 6 f.; GB 2007 S. 53 ff.	●
2.7 Märkte	 S. 6; GB 2007 S. 32 ff., 52 f., 60 f.	●
2.8 Größe der Organisation	 S. 6; GB 2007 S. 30 f., 50 ff., 63 ff., 86 f.	●
2.9 Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	 S. 46 ff.; GB 2007 S. 52 ff.; PB 2007 S. 2 f., 18 ff.	●
2.10 Preise	 S. 4 f.  901;  902	●
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	 Kontakt und Impressum	●

Indikator	Verweis	Status
3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	 Über diesen Bericht, S. 17	●
3.6 Berichtsgrenze	 Über diesen Bericht	●
3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs	 Über diesen Bericht	●
3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing	 GB 2007 S. 53 ff.	●
3.9 Datenerfassung	 Über diesen Bericht, S. 60 ff., 70	●
3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten	 S. 6, 58 f.	●
3.11 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	 Über diesen Bericht	●
3.12 GRI Content Index	vorliegend	●
3.13 Bestätigung durch externe Dritte	 Über diesen Bericht, S. 70	●
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur der Organisation	 GB 2007 S. 8 f., 23 f.	●
4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist	 GB 2007 S. 8	●
4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	 GB 2007 S. 8 ff.	●
4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand	 S. 12 f.; GB 2007 S. 10 ff., 23 f., 29 f.; PB 2007 S. 17  903	●
4.5 Kopplung der Vorstandsvergütung an die Unternehmensleistung	 GB 2007 S. 24 ff.	●
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten im Vorstand	 GB 2007 S. 24 f.	●
4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen	 S. 12 f., 30, 34; CR-Daten & Fakten S. 3  904	●
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	 S. 10 f., 13, 20 ff., 30 ff.  905	●
4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	 S. 12 f., 58 f.  906	●
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	 S. 12 f., 60; GB 2007 S. 10, 26	●
4.11 Vorsorgeprinzip	 S. 14 f.; GB 2007 S. 23 f.	●
4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	 S. 4 f., 10 f., 15, 20 ff., 30  907	●
4.13 Mitgliedschaften	 S. 4 f., 10 f., 20 ff., 42, 57	●
4.14 Stakeholdergruppen	 S. 15, 39 f.  908	●
4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen	 S. 15, 39 f.  909	●
4.16 Einbeziehung von Stakeholdern	 S. 15, 17, 30 f., 39 f.  910	●
4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern	 S. 4 f., 15, 17, 32, 39 f.  911	●
Ökonomische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	 S. 6 f.; GB 2007 S. 57 f.	●
EC1 Unmittelbar erwirtschafteter Wert	 S. 7, 61	●
EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels	 S. 28 ff.; GB 2007 S. 98  912	●
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	 S. 7, 67 f.; GB 2007 S. 62 f., 159 ff.; PuN 2006 S. 59	●
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand	 S. 7; GB 2007 S. 104 f., 162 ff.  913	●
EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn	 GB 2007 S. 86 f.; PB 2007 S. 5, 9 f.; CR-Daten & Fakten S. 7	●
EC6 Standortbezogene Auswahl von Zulieferern	 S. 38 ff.; PuN 2006 S. 38 ff., 46  914	●
EC7 Standortbezogene Personalauswahl	 PB 2007 S. 15, 19 f., 24 f.  915	●
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	 S. 55 f.  916;  917	●
EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	 S. 7  918	●

Indikator	Verweis	Status
Ökologische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	<ul style="list-style-type: none"> S. 28 ff.; GB 2007 S. 91 ff., 162 🔗 919; 🔗 920 	●
EN1 Eingesetzte Materialien		◆
EN2 Recyclingmaterial	<ul style="list-style-type: none"> S. 35 🔗 921 	●
EN3 Direkter Primärenergieverbrauch	<ul style="list-style-type: none"> S. 61 🔗 922 	●
EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch	<ul style="list-style-type: none"> S. 61 ff. 🔗 923 	●
EN5 Energieeinsparung	<ul style="list-style-type: none"> S. 28 ff., 61 ff. 	●
EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien	<ul style="list-style-type: none"> S. 28 ff. 🔗 924; 🔗 925 	●
EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs	<ul style="list-style-type: none"> S. 29 ff. 🔗 926; 🔗 927 	●
EN8 Gesamtwasserentnahme	<ul style="list-style-type: none"> S. 65 	●
EN9 Auswirkung des Wasserverbrauchs		◆
EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser		◆
EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten		◆
EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> 🔗 928 	●
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume		◆
EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität	<ul style="list-style-type: none"> 🔗 929 	●
EN15 Gefährdete Arten	<ul style="list-style-type: none"> S. 30 ff. 🔗 930 	●
EN16 Treibhausgasemissionen	<ul style="list-style-type: none"> S. 28 ff., 61 ff. 	●
EN17 Andere Treibhausgasemissionen		●
EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen	<ul style="list-style-type: none"> S. 28 ff., 61 ff. 🔗 931; 🔗 932; 🔗 933 	●
EN19 Emissionen Ozon abbauender Stoffe		●
EN20 NO _x , SO _x und andere Luftemissionen	<ul style="list-style-type: none"> 🔗 934 	●
EN21 Abwassereinleitung		◆
EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	<ul style="list-style-type: none"> S. 66 	●
EN23 Wesentliche Freisetzung		◆
EN24 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention		◆
EN25 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität		◆
EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> S. 28 ff. 🔗 935; 🔗 936; 🔗 937 	●
EN27 Verpackungsmaterial		○
EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen	<ul style="list-style-type: none"> GB 2007 S. 96 f. 	●
EN29 Auswirkungen des Transports	<ul style="list-style-type: none"> S. 31 🔗 938 	●
EN30 Ausgaben für den Umweltschutz		○
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung		
Managementansatz	<ul style="list-style-type: none"> S. 46 ff.; PB 2007 S. 4 ff., 18 f. 🔗 939 	●
LA1 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis und Region	<ul style="list-style-type: none"> S. 47, 68; PB 2007 S. 2 	●
LA2 Mitarbeiterfluktuation	<ul style="list-style-type: none"> S. 68; PB 2007 S. 2 	●
LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte	<ul style="list-style-type: none"> PuN 2006 S. 59 www.t-mobile.de> Über T-Mobile>Job & Karriere> Was wir Ihnen bieten 	○
LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen	<ul style="list-style-type: none"> S. 46 f.; PB 2007 S. 6 f., 10 f. 	●
LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	<ul style="list-style-type: none"> S. 46 ff.; PB 2007 S. 6 ff. 	●
LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> www.telekom.com>Karriere> Arbeitgeber Telekom> Work/Life-Balance 	●
LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	<ul style="list-style-type: none"> S. 47, 67; PB 2007 S. 13 	●
LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten	<ul style="list-style-type: none"> PB 2007 S. 13 🔗 940 	●
LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften	<ul style="list-style-type: none"> PB 2007 S. 16 	○

Indikator	Verweis	Status
LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	<ul style="list-style-type: none"> S. 47 f., 69; PB 2007 S. 10 f., 13, 16 f. 🔗 941; 🔗 942 	●
LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen	<ul style="list-style-type: none"> S. 47 f.; PB 2007 S. 10 f., 13, 16 f. 🔗 943 	○
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	<ul style="list-style-type: none"> S. 47; PB 2007 S. 10 ff., 18 f. 🔗 944; 🔗 945 	○
LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien	<ul style="list-style-type: none"> S. 49 ff., 69; GB 2007 S. 18 ff.; PB 2007 S. 20 	●
LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht	<ul style="list-style-type: none"> S. 49 ff. 🔗 946 	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte		
Managementansatz	<ul style="list-style-type: none"> S. 38 ff. www.telekom.com>Konzern> Konzernprofil>Code of Conduct> Recht & Ethik 	●
HR1 Investitionsvereinbarungen	<ul style="list-style-type: none"> S. 10, 38 ff. 	●
HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen	<ul style="list-style-type: none"> S. 38 ff. 	●
HR3 Schulungen zu Menschenrechten	<ul style="list-style-type: none"> S. 41 ff. 	●
HR4 Vorfälle von Diskriminierung	<ul style="list-style-type: none"> S. 13 f.; PuN 2006 S. 11, 37 	●
HR5 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	<ul style="list-style-type: none"> S. 13 f., 38 f., 46; PuN 2006 S. 11, 37 www.telekom.com>Konzern> Konzernprofil>Code of Conduct>Recht & Ethik 🔗 947 	●
HR6 Kinderarbeit	<ul style="list-style-type: none"> S. 10, 13 f., 41 f. 	●
HR7 Zwangsarbeit	<ul style="list-style-type: none"> S. 10, 13 f., 41 f. 	●
HR8 Schulung des Sicherheitspersonals	<ul style="list-style-type: none"> S. 10, 13, 38 	●
HR9 Verletzung der Rechte von Ureinwohnern		◆
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft		
Managementansatz	<ul style="list-style-type: none"> S. 10 ff., 54 ff. 	●
SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen	<ul style="list-style-type: none"> S. 20 ff., 55 f.; GB 2007 S. 92 f. 🔗 948; 🔗 949; 🔗 950 	●
SO2 Korruptionsrisiken	<ul style="list-style-type: none"> S. 10, 13 f., 38 f.; GB 2007 S. 23 ff. 	●
SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik	<ul style="list-style-type: none"> S. 12 f.; GB 2007 S. 89 	●
SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	<ul style="list-style-type: none"> S. 14 🔗 951 	●
SO5 Lobbying	<ul style="list-style-type: none"> S. 16 f. 🔗 952; 🔗 953 	●
SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker		○
SO7 Klagen auf Grund von wettbewerbswidrigem Verhalten	<ul style="list-style-type: none"> S. 4 f.; GB 2007 S. 96 f. 	●
SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	<ul style="list-style-type: none"> GB 2007 S. 96 f. 	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung		
Managementansatz	<ul style="list-style-type: none"> S. 20 ff., 33 ff. 🔗 954; 🔗 955 	●
PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer	<ul style="list-style-type: none"> S. 32, 38 ff. 🔗 956 	●
PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards	<ul style="list-style-type: none"> GB 2007 S. 96 f. 	●
PR3 Produktinformationen	<ul style="list-style-type: none"> S. 32 ff. 🔗 957 	●
PR4 Verstöße gegen Werbungsvorschriften	<ul style="list-style-type: none"> GB 2007 S. 96 f. 	●
PR5 Kundenzufriedenheit	<ul style="list-style-type: none"> 🔗 958 	○
PR6 Standards in Bezug auf Werbung	<ul style="list-style-type: none"> S. 23 ff. 	●
PR7 Verstöße gegen Marketingstandards	<ul style="list-style-type: none"> GB 2007 S. 96 f. 	●
PR8 Verletzung des Schutzes der Kundendaten	<ul style="list-style-type: none"> S. 22 f. www.telekom.com/datenschutz 🔗 959 	●
PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben	<ul style="list-style-type: none"> GB 2007 S. 96 f. 	●

GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche (Pilotversion 1.0).

Indikator	Verweis	Status
Betriebliche Abläufe		
Investitionen		
IO1	Investiertes Kapitel für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen ☰ S. 20 f. 📍 960; 📍 962	●
IO2	Kosten für Ausweitung nicht-profitabler Dienstleistungen auf abgelegene Regionen und Gruppen mit geringen Einkünften; Darstellung gesetzlicher Vorschriften	◆
Gesundheit und Sicherheit		
IO3	Maßnahmen zur Sicherstellung von Gesundheit und Sicherheit des Personals beim Bau der Infrastruktur	●
IO4	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten ☰ S. 32 www.t-mobile.de> Über T-Mobile>Umwelt & Sicherheit>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit 📍 962	●
IO5	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen ☰ S. 32 www.t-mobile.de> Über T-Mobile>Umwelt & Sicherheit>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit 📍 963	●
IO6	Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten ☰ S. 32 www.t-mobile.de> Über T-Mobile>Umwelt & Sicherheit>Mobilfunk & Gesundheit>Sicherheit 📍 964	●
Infrastruktur		
IO7	Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten 📍 965	●
IO8	Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten 📍 966	⦿
Bereitstellung von Zugang		
Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide		
PA1	Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten ☰ S. 20 f., 55 ff.	●
PA2	Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren ☰ S. 20 ff.	●
PA3	Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen ☰ S. 20 ff.	●
PA4	Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen ☰ S. 20 📍 967	●
PA5	Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdiener und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden ☰ S. 20 ff., 57 📍 968	●
PA6	Programme und Maßnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notsituationen 📍 969	●
Zugang zu Inhalten		
PA7	Strategien und Maßnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten ☰ S. 10, 15 f., 20 f., 38 ff., 42 📍 970	⦿
Kundenbeziehungen		
PA8	Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von EMF-bezogenen Themen in der Öffentlichkeit ☰ S. 32; GB 2007 S.95 📍 971	●
PA9	Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder ☰ S. 32 📍 972	⦿
PA10	Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife ☰ S. 4	⦿
PA11	Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung ☰ S. 30, 33 ff. 📍 973	●

Indikator	Verweis	Status
Technische Anwendungen		
Ressourceneffizienz		
TA1	Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen ☰ S. 33 f. 📍 974	●
TA2	Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation ☰ S. 34 f. 📍 975	●
TA3	Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen ☰ S. 33 ff. 📍 976	●
TA4	Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen und "Lessons Learned" für die zukünftige Entwicklung ☰ S. 33 ff. 📍 977	●
TA5	Praktiken in Bezug auf Urheberrechte www.t-venture.de	⦿

Global Compact – Communication on Progress (COP).

Prinzip	Verweis	Status
Prinzip 1	Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte ☰ S. 10 ff., 38 ff., 67 ff.; PuN 2006 S. 11, 37	●
Prinzip 2	Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen ☰ S. 10 ff., 38 ff.,	●
Prinzip 3	Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen ☰ S. 10 ff., 38 ff., 46; PuN 2006 S. 11, 37; PB 2007 S. 6 f., 10 f. www.telekom.com>Konzern> Konzernprofil>Code of Conduct>Recht & Ethik	●
Prinzip 4	Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit ☰ S. 10 ff., 38 ff.	●
Prinzip 5	Abschaffung der Kinderarbeit ☰ S. 10 ff., 38 ff.	●
Prinzip 6	Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung ☰ S. 10 ff., 38 ff., 48 ff., 68 f.; GB 2007 S. 18 ff.; PB 2007 S. 20; PuN 2006 S. 11, 37 www.telekom.com>Karriere> Arbeitgeber Telekom>Diversity	●
Prinzip 7	Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen ☰ S. 11 f., 28 ff., 61 ff.; GB 2007 S. 23 ff., 89 📍 978; 📍 979	●
Prinzip 8	Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt ☰ S. 15 f., 28 ff., 58 f. 📍 980	●
Prinzip 9	Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien ☰ S. 15, 28 ff., 61 ff. 📍 981; 📍 982	●
Prinzip 10	Gegen alle Arten der Korruption eintreten einschließlich Erpressung und Bestechung ☰ S. 10 ff., 38 f.; GB 2007 S. 23 ff., S. 89	●

Verweise

- ☰ Printversion CR-Bericht 2008
- ☰ GB 2007 (Geschäftsbericht 2007)
- ☰ PB 2007 (Personalbericht 2007)
- ☰ CR-Daten & Fakten 2007
- ☰ PuN 2006 (Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006)
- 📍 CR-Onlinebericht 2008

Status

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

Glossar.

Digital Divide. Der Begriff Digital Divide weist auf den Umstand hin, dass nicht alle Menschen dieselben Zugangsmöglichkeiten zu modernen digitalen Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) haben und sich ihnen aus diesem Grunde unterschiedliche soziale und wirtschaftliche Entwicklungschancen bieten. Die Deutsche Telekom sieht sich als führendes ICT-Unternehmen in der Verantwortung, den Menschen in ihrem Wirkungsbereich breiten Zugang zu ICT zu ermöglichen und auf diese Weise Benachteiligungen zu verhindern.

EMF – Elektromagnetische Felder. Bei elektromagnetischen Feldern handelt es sich um Felder, die sich aus elektrischen und magnetischen Feldern zusammensetzen. Sie entstehen, wenn sich elektrische Ströme und Spannungen verändern. Es bildet sich dann eine elektromagnetische Welle, die sich räumlich ausbreitet. Diese Welle transportiert Energie. Es gibt EMF, die in der Natur von selbst entstehen – wie etwa das Tageslicht –, und solche, die von technischen Geräten erzeugt werden.

E-TASC – Electronics-Tool for Accountable Supply Chain. Das elektronische Branchen-Informationstool E-TASC ist ein neuartiges Instrument, das uns hilft, Transparenz über die sozialen und ökologischen Aspekte unserer Lieferketten herzustellen.

GeSI – Global e-Sustainability Initiative. Die GeSI ist eine gemeinsame Initiative weltweit führender ICT-Unternehmen mit dem Ziel, die Nachhaltigkeit der ICT-Branche zu verbessern. Auch die Deutsche Telekom ist zusammen mit anderen namhaften Unternehmen Mitglied der GeSI.

Global Compact. Der Global Compact, die 2000 gegründete Initiative des damaligen Generalsekretärs der Vereinten Nationen, Kofi Annan, für einen „globalen Pakt“, will die Zusammenarbeit zwischen den Vereinten Nationen, der Wirtschaft und anderen gesellschaftlichen Gruppen unterstützen und stärken. Unternehmen sind aufgerufen, in ihrer Unternehmenspolitik zehn Prinzipien zum Schutz der Menschenrechte, zu Arbeits-, Sozial- und Umweltstandards sowie zum Kampf gegen die Korruption zu beachten. Seit dem Jahr 2000 bekennt sich die Deutsche Telekom ausdrücklich zu den Prinzipien des Global Compact der Vereinten Nationen.

ICT – Information and Communication Technology. Informations- und Kommunikationstechnologie.

ISO 14001. Die internationale Umweltmanagementnorm ISO 14001 formuliert weltweit anerkannte Anforderungen an ein Umweltmanagementsystem. Im Brennpunkt steht dabei ein kontinuierlicher Verbesserungsprozess im Hinblick auf die Umsetzung der Umweltziele von Unternehmen und anderen Institutionen. Auf Grundlage der ISO 14001 Norm können diese ihr Umweltmanagementsystem durch unabhängige Umweltgutachter zertifizieren lassen.

KPI – Key Performance Indicator. Als Key Performance Indicators werden in der Betriebswirtschaftslehre Kennzahlen bezeichnet, anhand derer quantitativ bewertet werden kann, wie weit eine Organisation bei der Umsetzung wichtiger Zielsetzungen vorangekommen ist.

Low Carbon Society. Der Begriff „Low Carbon Society“ bezeichnet ein Szenario für eine Entwicklung der Weltwirtschaft, bei der der Ausstoß von Treibhausgasen, insbesondere von CO₂-Emissionen, deutlich gesenkt wird, um den fortschreitenden Klimawandel zu begrenzen. Effizienzsteigerungen durch innovative Informations- und Kommunikationstechnologien können hierzu einen großen Beitrag leisten.

RECS – Renewable Energy Certificates System. RECS wurde 2002 eingeführt, um die Entwicklung erneuerbarer Energien international voranzubringen. Das System ist heute in 24 europäischen Ländern sowie Kanada, den USA und Südafrika in Betrieb. Das von RECS vergebene Standardzertifikat gewährleistet, dass identifizierbare Mengen elektrischer Energie aus bestimmten regenerativen Quellen gespeist werden, und macht regenerative, CO₂-neutrale Energie damit frei handelbar. Durch den Erwerb der Zertifikate lässt sich beim Energieeinkauf sicherstellen, dass diese Quantitäten ausschließlich dem Erwerber der Zertifikate zugeordnet werden. Mit Hilfe dieses Systems deckt die Deutsche Telekom ihren gesamten Energiebedarf in Deutschland aus regenerativen Quellen.

SAR – Spezifische Absorptionsrate. Der SAR-Wert wird in Watt pro Kilogramm Körpergewicht ausgedrückt. Er ist ein Maß für die Aufnahme elektromagnetischer Energie, die in Körperwärme umgewandelt wird. Die SAR-Werte aller von T-Mobile vertriebenen Handys liegen – meist sogar deutlich – unter den in den internationalen Richtlinien geforderten Grenzwerten.

Social Audit. Um den Werten der Deutschen Telekom auch in unseren Beschaffungsprozessen Geltung zu verschaffen, werden regelmäßig spezielle Untersuchungsverfahren, sog. Social Audits, durchgeführt. Wesentliche Bestandteile der Social Audits sind:

- Risikobewertung
- Lieferanten-Selbstbewertung
- Interne Lieferantenbewertung
- Persönlicher Kontakt und konstruktiver Dialog mit Lieferanten und Geschäftspartnern
- Audit Bericht einschließlich der Audit Bewertung.

SPWG – Sustainable Procurement Working Group. Um die Umsetzung einer nachhaltigen und flächendeckenden Einkaufsstrategie sicherzustellen, hat die Deutsche Telekom 2007 als konzernübergreifendes Gremium die Sustainable Procurement Working Group (SPWG) etabliert. Die Arbeitsgruppe dient als zentrale Anlaufstelle für alle Fragen und Probleme rund um den nachhaltigen Einkauf. Primäre Ziele der SPWG sind die Schärfung eines entsprechenden Einkaufsprofils, die Erarbeitung von anspruchsvollen sozialen und ökologischen Standards sowie die Überwachung des Einkaufsprozesses gemäß diesen Standards.

T-Laboratories. Bei den T-Laboratories handelt es sich um das 2005 in Berlin eröffnete Forschungs- und Entwicklungsinstitut der Deutschen Telekom. Das der TU Berlin angegliederte Institut bietet Spitzenwissenschaftlern aus aller Welt attraktive Forschungsmöglichkeiten. Schwerpunkt der Institutsarbeit ist die Entwicklung innovativer Dienste und Lösungen für die Kunden der Deutschen Telekom.

Haftungsausschluss.

Dieser Bericht enthält zum Teil zukunftsbezogene Aussagen, welche die gegenwärtigen Ansichten des Managements der Deutschen Telekom hinsichtlich zukünftiger Ereignisse widerspiegeln. Sie sind im Allgemeinen durch die Wörter „erwarten“, „davon ausgehen“, „annehmen“, „beabsichtigen“, „einschätzen“, „anstreben“, „zum Ziel setzen“, „planen“, „werden“, „erstreben“, „Ausblick“ und vergleichbare Ausdrücke gekennzeichnet und beinhalten im Allgemeinen Informationen, die sich auf Erwartungen oder Ziele für Umsatzerlöse, bereinigtes EBITDA oder andere Maßstäbe für die Performance beziehen. Zukunftsbezogene Aussagen basieren auf derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Daher sollten Sie sie mit Vorsicht betrachten. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle der Deutschen Telekom liegen. Dazu gehören unter anderem auch die Faktoren, die in den Abschnitten „Forward-Looking Statements“ und „Risk Factors“ des bei der U.S. Securities and Exchange Commission auf Form 20-F eingereichten Berichts des Unternehmens beschrieben sind. Zu den relevanten Faktoren zählen auch der Fortschritt, den die Deutsche Telekom mit den personalbezogenen Restrukturierungsmaßnahmen erzielt, und die Auswirkungen anderer bedeutender strategischer und operativer Initiativen, einschließlich des Erwerbs oder der Veräußerung von Gesellschaften sowie von Unternehmenszusammenschlüssen. Weitere mögliche Faktoren, die die Kosten- und Erlösentwicklung wesentlich beeinträchtigen, sind regulatorische Vorgaben, ein Wettbewerb, der schärfer ist als erwartet, Veränderungen bei den Technologien, Rechtsstreitigkeiten und aufsichtsrechtliche Entwicklungen. Sollten diese oder andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten, oder sollten sich die den Aussagen zu Grunde liegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, so können die tatsächlichen Ergebnisse der Deutschen Telekom wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Die Deutsche Telekom kann keine Garantie dafür geben, dass die Erwartungen oder Ziele erreicht werden. Die Deutsche Telekom lehnt – unbeschadet bestehender kapitalmarktrechtlicher Verpflichtungen – jede Verantwortung für eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen durch Berücksichtigung neuer Informationen oder zukünftiger Ereignisse oder anderer Dinge ab.

Dieser CR-Bericht 2008 wurde klimaneutral produziert und ausgeliefert. Die entstandenen Treibhausgasemissionen wurden durch entsprechende Klimaschutzmaßnahmen vollständig kompensiert.

Kontakt und Impressum.

Deutsche Telekom AG
Corporate Communications
Postfach 2000
D-53105 Bonn

www.telekom.com

Kontakt:
Birgit Klesper
Leiterin Corporate Responsibility
Telefon: +800-07381220
E-Mail: corporate.responsibility@telekom.de

Weitere Informationen zum CR-Engagement der Deutschen Telekom erhalten Sie im CR-Onlinebericht 2008 unter:
www.telekom.com/cr-bericht2008
www.telekom.com/cr-report2008
und unter www.telekom.com/verantwortung.

Der CR-Bericht 2008 liegt in deutscher und in englischer Sprache vor.

Konzept/Recherche/Redaktion:
Deutsche Telekom
Stakeholder Reporting GmbH, Hamburg

Konzeption/Gestaltung:
HGB Hamburger Geschäftsberichte GmbH & Co. KG, Hamburg

Fotos:
Deutsche Telekom AG; gettyimages/amana productions inc.,
Cristian Baitg, Jonny Basker, Peter Cade, Emmerich-Webb,
Stephan Hsck, Photo and Co, Camille Tokered; Uta Rademacher;
plainpicture; Fulvio Zanettini.

Reproduktion:
PX2@Medien GmbH & Co. KG, Hamburg

Druck:
Broermann Offset-Druck GmbH, Troisdorf-Spich

KNr. 642 200 147 (deutsch)
KNr. 642 200 148 (englisch)



Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.



Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
D-53113 Bonn

www.telekom.com