

Wir leben Verantwortung.

Corporate Responsibility Bericht 2009.

Erleben, was verbindet.



Das Jahr im Zeitraffer.

2008

März

April

Mai

Juni

Juli

August

Die wichtigsten Ereignisse des Berichtszeitraums in Kürze.

März 2008:

Die Deutsche Telekom und die T-City Friedrichshafen geben auf der CeBIT den Startschuss für die internetbasierte Bildungsplattform Education Next Generation (Edunex). Die modulare Lernplattform Edunex von T-Systems ermöglicht individuelles Lernen, Gruppen- und Partnerarbeit und ein projektorientiertes Arbeiten und Lernen im Klassenverband.

April 2008:

Die Deutsche Telekom veranstaltet in ihrem Hauptsitz in Bonn den ersten „Stakeholder Dialog Day“ mit über 40 Vertretern aus fünf Stakeholdergruppen zum Thema nachhaltige Beschaffung.

Das paneuropäische Bildungsprojekt „teachtoday.eu“, an dem auch die Deutsche Telekom beteiligt ist, startet mit dem Ziel, die Medienkompetenz von Lehrern, Pädagogen und Schülern gleichermaßen zu fördern. Die Internetplattform steht in sechs Sprachen zur Verfügung und thematisiert Schlüsselthemen wie Online-Mobbing, Handynutzung und persönliche Sicherheit im Netz.

Rund 4 000 Schülerinnen nehmen im Rahmen des „Girls' Day 2008“ an den Veranstaltungen der Deutschen Telekom teil.

Mai 2008:

Die Deutsche Telekom unterstützt erneut die Verleihung des Internationalen Karlspreises zu Aachen, den 2008 die deutsche Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel für ihr besonderes Engagement im europäischen Einigungsprozess erhält.

Die Deutsche Telekom ist Sponsor des Europatags und lädt rund 100 deutsche und polnische Jugendliche in die Hauptstadtrepräsentanz der Deutschen Telekom ein.

Für die Warenverfolgungslösung „intelligent Tracking Management“ (iTm) erhält T-Systems in Detroit den „Telematics Award 2008“ in der Kategorie „Beste Telematikdienste und Anwendungen für Nutzfahrzeuge“ und setzt sich damit gegen internationale Wettbewerber durch.

Die Deutsche Telekom unterstützt im Rahmen ihrer Sponsoringaktivitäten die Artenschutzkonferenz der Vereinten Nationen (UN) in Bonn. An der begleitenden Messe „Expo der Vielfalt“ beteiligt sich der Konzern mit einem eigenen Messestand und macht auf das Thema „Klimaschutz und nachhaltige Entwicklung“ als Beitrag zum Artenschutz aufmerksam.

Juni 2008:

Die Deutsche Telekom startet ein Pilotprojekt zur Gehörlosentelefonie an öffentlichen Telefonen in Dresden. Im Rahmen des Projekts werden 25 öffentliche Multimediotelefone mit einem Zugang zu dem Gebärdendolmetscherdienst TeSS ausgestattet.

Im Rahmen des Umweltfestivals in Berlin stellt T-Home die Aktion „Telekom kickt für Klimaschutz“ vor, bei dem die Besucher der Veranstaltung mit jedem erzielten Treffer beim Schießen auf eine Torwand 100 kg CO₂ ausgleichen können. Der CO₂-Ausgleich erfolgt über den Ankauf und die nachweisliche Löschung von Emissionsminderungszertifikaten aus offiziell anerkannten internationalen Klimaschutzprojekten.

Juli 2008:

Unter dem Motto „Kommunikation – Integration – Lebensqualität“ zeigt die Deutsche Telekom beim Sommerfest des Bundespräsidenten in Berlin Beispiele ihres gesellschaftlichen und sozialen Engagements. Ein Highlight ist der Auftritt der Spielerinnen der Rollstuhlbasketball-Nationalmannschaft, mit dem auf das gemeinsame Engagement der Deutschen Telekom und der Allianz für die Paralympics in Peking 2008 hingewiesen wird.

Die Telekom Shop Vertriebsgesellschaft erhält als Betreiber der Telekom Shops in einer repräsentativen Umfrage zur Kundenzufriedenheit vom TÜV Saarland die Note Gut (1,74).

Die Münchener Ratingagentur oekom research empfiehlt die Deutsche Telekom AG aufgrund ihrer guten Corporate Responsibility Performance als „Prime Invest“.



September

Oktober

November

Dezember

Januar

Februar

März

2009

August 2008:

T-Home stellt erstmals das neue Sinus A 201 vor, welches im Oktober 2008 auf den Markt gebracht wird. Als generationenübergreifendes Familientelefon verfügt es über große Tasten und ein übersichtliches Display und ermöglicht damit eine einfache Handhabung. Das Sinus A 201 ist darüber hinaus mit einem energieeffizienten Schaltnetzteil ausgestattet.

September 2008:

Der Vorstand der Deutschen Telekom verabschiedet die neue Corporate Responsibility (CR-)Strategie.

Das von der griechischen COSMOTE (Mobilfunktochter von OTE) mitentwickelte Navigationssystem „SmartEyes“ für blinde und sehbehinderte Menschen in städtischen Gebieten erhält den „2008 Global Telecoms Business Innovations Award“.

Die griechische OTE, an der die Deutsche Telekom beteiligt ist, wird erstmals aufgrund ihrer guten Nachhaltigkeitsperformance in die FTSE4Good-Index-Serie aufgenommen.

Oktober 2008:

Die Deutsche Telekom legt ein umfassendes Maßnahmenpaket für einen verbesserten Datenschutz vor. Dieses beinhaltet Regelungen zur Erhöhung der Transparenz, optimierte Datenschutzstandards und die Einrichtung eines neuen Vorstandsressorts für Datenschutz, Recht und Compliance.

Die Deutsche Telekom führt ein Online-Trainingstool für ihre Einkäufer ein, das ihnen ein besseres Verständnis für die Anforderungen des Themas Nachhaltigkeit vermitteln soll.

November 2008:

T-Systems Österreich erhält für das „Green-Dynamics“-Modell den „Green IT Award“ der International Data Corporation (IDC). Das Modell zeigt konkrete Effekte zur Senkung des Energieverbrauchs bei der Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) auf.

In Ungarn veranstaltet Magyar Telekom ihren ersten „Sustainability Day“ mit über 300 Gästen unter dem Motto „Verantwortung = positive Energie“.

Dezember 2008:

Die Deutsche Telekom erhöht anlässlich des fünfjährigen Bestehens der Deutsche Telekom Stiftung deren Vermögen um 50 Mio. € auf 150 Mio. €.

Januar 2009:

T-Mobile Czech Republic erhält den „Company of the Year: Equal Opportunities 2008 Award“. Das Unternehmen wird damit für seinen systematischen und konzeptionell guten Ansatz im Bereich Work-Life ausgezeichnet, der die flexiblen Arbeitszeitmodelle anderer Unternehmen übertrifft.

T-Home präsentiert in Deutschland der breiten Öffentlichkeit ein Pilotprojekt zum Thema „Product Carbon Footprint“. Ziel ist es, den spezifischen Energieverbrauch und den daraus resultierenden CO₂-Fußabdruck für einen Call-&Surf-Anschluss und die Router-Hardware beim Kunden zu ermitteln.

Februar 2009:

T-Mobile USA und Motorola bringen das weltweit erste aus recycelten Plastikflaschen produzierte Mobiltelefon auf den Markt.

Der im Oktober 2008 durch den Vorstandsvorsitzenden René Obermann angekündigte Datenschutzbeirat der Deutschen Telekom tritt zu seiner ersten Sitzung zusammen. Seine Aufgabe ist es, den Telekom-Vorstand in datenschutzrelevanten Themen zu beraten.

Magyar Telekom gewinnt den „Family-friendly Workplace Award“ des Ministeriums für Soziales und Arbeit in Ungarn und wird damit als familienfreundlicher Arbeitgeber ausgezeichnet.

März 2009:

Der gesamte Messeauftritt der Deutschen Telekom auf der CeBIT 2009 wird klimaneutral gestellt. Kompensiert werden dabei rund 1 600 Tonnen CO₂.

T-Hrvatski Telekom wird in einer Umfrage des Internetportals MojPosao zum dritten Mal in Folge als „Employer of First Choice“ ausgezeichnet. Im Rahmen der Befragung sprechen sich 2 300 Teilnehmer für T-Hrvatski Telekom als ihren Wunscharbeitgeber aus.



@001 Weitere wichtige Ereignisse des Berichtszeitraums finden Sie im CR-Onlinebericht 2009.

Über diesen Bericht.

Die Deutsche Telekom berichtet seit mehr als zehn Jahren über ihr gesellschaftliches Engagement. Der vorliegende zweite Corporate Responsibility Bericht stellt unter dem Titel „Wir leben Verantwortung.“ unsere Anstrengungen und Erfolge bei der konzernweiten Realisierung von Corporate Responsibility (CR) anhand der unterschiedlichen Stationen unserer Wertschöpfungskette vor.

Bei der Gliederung der Hauptkapitel haben wir das Thema Verantwortung in der Unternehmensführung an den Anfang gestellt. Hier informieren wir über die Steuerung unserer CR-Prozesse und die konzernweite Verankerung unserer CR-Strategie. Wir stellen unsere CR-Ziele vor, weisen auf unsere Fortschritte bei ihrer Umsetzung hin und präsentieren die Maßnahmen, die wir einleiten, um unseren Konzern im Sinne von CR weiterzuentwickeln. Die anschließenden Kapitel folgen thematisch der Wertschöpfungskette. Wir berichten dabei über unsere konkreten CR-Leistungen von der Gestaltung nachhaltiger Lieferantenbeziehungen und der Verantwortung, die wir an unseren Standorten sowie beim Aus- und Umbau unserer Infrastruktur wahrnehmen, bis hin zum Engagement für unsere Kunden. Darüber hinaus dient die vorliegende Publikation als Fortschrittsbericht der Deutschen Telekom im Rahmen



des Global Compacts der Vereinten Nationen. Im Index (siehe Seite 59 ff.) sind sämtliche Textstellen aufgeführt, an denen wir über unsere Beiträge zur Umsetzung der Prinzipien des Global Compacts berichten.



Wir orientieren uns bei unserer CR-Berichterstattung an den international anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) G3 einschließlich des Telecommunications Sector Supplement (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 haben wir uns neben den GRI-Empfehlungen an den Ergebnissen eines im Januar 2009 durchgeführten Materiality-Workshops orientiert. Unter Berücksichtigung der Perspektive externer Stakeholder wurden dabei die bedeutendsten CR-Themen für die Deutsche Telekom identifiziert, denen wir uns in der CR-Berichterstattung zuwenden. Siehe auch Seite 12. In sog. Blickpunkten widmen wir uns außerdem internationalen Fragestellungen der Telekommunikationsbranche und lassen hierzu externe Stakeholder zu Wort kommen. Themen, die im CR-Printbericht nicht berücksichtigt sind, werden in unserem umfassenderen CR-Onlinebericht aufgegriffen, der unter www.telekom.com/cr-bericht2009 eingesehen werden kann.

Das @-Zeichen und eine Ziffer 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 zu der Internetseite mit den gewünschten Informationen.



Unter www.telekom.com/verantwortung berichtet unser Konzernportal zusätzlich ständig aktuell über Aktivitäten zu CR-relevanten Themen.

Der Kennzahlenteil am Ende des Berichts bietet einen Überblick über ausgewählte konsolidierte Kennzahlen der Deutschen Telekom. Die Daten beziehen sich, sofern nicht anders vermerkt, auf den gesamten Deutschen Telekom Konzern. Die wichtigsten Kennzahlen der deutschen Standorte sowie ausgewählte Kennzahlen unserer britischen Beteiligung T-Mobile UK und unserer slowakischen Landesgesellschaft Slovak Telekom haben wir von externen Wirtschaftsprüfern einer betriebswirtschaftlichen Prüfung unterziehen lassen. Gegenüber dem vergangenen Jahr haben wir den Gegenstand der betriebswirtschaftlichen Prüfung auf für das CR-Management relevante Abschnitte des Kapitels „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“ sowie das CR-Programm 2009 ausgeweitet. Die Bescheinigung über die betriebswirtschaftliche Prüfung ist der Seite 57 f. zu entnehmen.

Der CR-Bericht ist ein Konzernbericht und schließt alle Konzerntöchter, an denen die Deutsche Telekom mehrheitlich beteiligt ist, ein. Der Berichtszeitraum erstreckt sich von März 2008 bis März 2009. Wir haben jedoch auch relevante Informationen späteren Datums berücksichtigt, soweit diese uns bis zum Redaktionsschluss vorlagen. „Wir leben Verantwortung.“ liegt in deutscher und englischer Sprache vor. Die Veröffentlichung unseres nächsten CR-Berichts ist für den Sommer 2010 geplant.

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 ausgewählter Angaben, die Gegenstand der auf Seite 57 f. dargestellten betriebswirtschaftlichen Prüfung waren

Inhalt.

Über diesen Bericht
Das Jahr im Zeitraffer

- 2 Vorwort des Vorstands
- 4 Konzernporträt

Infrastruktur und Breitbandnetze.

- 31 Anschluss an Breitbandnetze
- 35 Verantwortungsvolle Entwicklung unserer Netze
- 36 Umweltfreundliche Netzinfrastruktur

Verantwortungsvolle Unternehmensführung.

- 7 Verantwortliche Unternehmenskultur
- 7 CR-Strategie und die drei CR-Handlungsfelder
- 10 CR-Organisationsstruktur
- 11 Stakeholderdialog
- 13 Dialoginitiativen für den Klimaschutz
- 14 Social Responsible Investment
- 14 SRI-Roadshows
- 14 Compliance

Kundenlösungen.

- 39 Vernetztes Leben und Arbeiten
- 40 Klimafreundliche Produkte und Dienste
- 43 Chancengleiche Teilhabe an der Informationsgesellschaft
- 44 Verbraucher- und Jugendschutz
- 46 Service und Vertrieb
- 47 Verwertung

Lieferantenbeziehungen.

- 17 Strategie zur nachhaltigen Beschaffung
- 19 Aufbau von Nachhaltigkeitskompetenz in China
- 19 Workshops unterstützen kooperativen Dialog
- 20 Menschenrechte und soziale sowie ökologische Bedingungen bei der Rohstoffgewinnung

Daten und Fakten.

- 48 CR-Programm 2009
- 50 Kennzahlen
- 57 Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung

Verantwortung vor Ort.

- 23 Engagement für unsere Beschäftigten
- 25 Forschung und Innovation
- 27 Ressourceneffiziente Prozesse
- 28 Gesellschaftliches Engagement

- 59 GRI-Index und
Global Compact Fortschrittsbericht

Stichwortverzeichnis
Haftungsausschluss
Kontakt und Impressum



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

„Wir leben Verantwortung.“ – Das Motto dieses Berichts gilt, gerade jetzt in der Krise. Wir engagieren uns für eine nachhaltige Entwicklung und möchten so die Zukunft unserer Gesellschaft mit gestalten.

Dabei ist Bildung für uns ein zentrales Thema. Ohne ein erstklassiges Bildungssystem ist unsere moderne Wissensgesellschaft nicht denkbar. Wir unterstützen daher seit vielen Jahren Schulen und andere Ausbildungseinrichtungen, vor allem mit der Deutsche Telekom Stiftung. Wir fördern verstärkt auch Kinder und Jugendliche aus wirtschaftlich und sozial schwierigen Verhältnissen. So unterstützt seit April 2009 unsere „Ich kann was!“-Initiative Projekte, mit denen Kinder und Jugendliche ihre Talente entwickeln und so besser an der Gemeinschaft und Arbeitswelt teilhaben können.

Zudem gehen wir auch mit unseren Produkten und Diensten die gesellschaftlichen Aufgaben an. Dies gilt für den Klimaschutz, aber auch für die Frage, wie wir das vernetzte Leben und Arbeiten in einer digitalen Welt gestalten können. Wir erschließen damit zugleich wichtige Märkte der Zukunft, z. B. durch „Green ICT“.

Unsere Anstrengungen werden auch von unabhängiger Seite anerkannt. Viele Analysten sehen uns in den Ranglisten für Social Responsible Investment (SRI) auf Spitzenpositionen. So zeichnete uns zum Beispiel im März 2009 die anerkannte Rating-agentur oekom als „Prime Invest“ aus.

Diesen Weg wollen wir weiter gehen. Deshalb nehmen wir unsere Mitarbeiter auf allen Konzernebenen in die Pflicht. Weltweit verankern wir Nachhaltigkeit zunehmend in der täglichen Arbeit.

Wer, wie die Deutsche Telekom, Verantwortung leben will, muss die Erwartungen der Gesellschaft kennen und einen offenen Dialog fördern. Dazu gehört auch eine transparente Berichterstattung, die – wie der vorliegende Bericht – die hohen Standards der Global Reporting Initiative und des Global Compacts erfüllt und auch einem strengen Blick durch Wirtschaftsprüfer standhält.

Mit dem CR-Bericht 2009 laden wir Sie ein, sich einen Überblick über unser gesellschaftliches Engagement zu verschaffen. Die Beurteilung unserer Anstrengungen liegt dabei ganz bei Ihnen.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre.

Bonn, im Juni 2009

Ihr

René Obermann
Vorstandsvorsitzender
Deutsche Telekom AG

Konzernporträt.

In der Informations- und Telekommunikations-(ICT-)Branche ist die Deutsche Telekom eines der weltweit führenden integrierten Dienstleistungsunternehmen. Mit den drei Produktmarken T-Home, T-Mobile und T-Systems bieten wir unseren Kunden ein umfassendes Spektrum an modernsten Technologien und Dienstleistungen aus den Bereichen Telekommunikation und Informationstechnologie. Das Portfolio des Konzerns reicht dabei von Mobilfunk, Festnetztelefonie, Breitbandinternet bis hin zu ICT-Lösungen für Geschäftskunden weltweit.

Mit Beteiligungen in etwa 50 Ländern ist die Deutsche Telekom als international ausgerichteter Konzern auf den wichtigsten Märkten in Europa, Asien und Amerika präsent. Im Geschäftsjahr 2008 konnte die Deutsche Telekom ihr Geschäft trotz des anhaltend intensiven Wettbewerbs und Preisdrucks in den deutschen sowie den mittel- und osteuropäischen Märkten stabilisieren und ihren Wachstumskurs fortsetzen.

Konzernstrategie.

Es ist das langfristige Ziel der Deutschen Telekom, Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden. Mit der im Jahr 2007 entwickelten Konzernstrategie „Konzentrieren und gezielt wachsen“ positioniert sich die Deutsche Telekom in aktuellen Wachstumsfeldern und orientiert ihre Geschäftstätigkeit an globalen Trends der Zukunft. Die Konzernstrategie ist auf die folgenden vier strategischen Handlungsfelder ausgerichtet:

- Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit in Deutschland sowie in Mittel- und Osteuropa.
- Wachstum im Ausland durch Mobilfunk.
- Mobilisieren des Internets.
- Aufbau netzzentrierter ICT.

Das erfolgreiche Geschäftsjahr 2008 hat gezeigt, dass wir mit unserer Konzernstrategie richtige Schwerpunkte gesetzt haben. Wir werden daher auch 2009 an unserer Strategie und den vier strategischen Handlungsfeldern festhalten.

Geschäftsentwicklung.

Der Konzernumsatz lag im Geschäftsjahr 2008 mit 61,7 Mrd. € um 0,8 Mrd. € bzw. 1,4 % unter dem Vorjahrswert von 62,5 Mrd. €. Negativ auf den Umsatz des Konzerns wirkten sich Wechselkurseffekte aus der Umrechnung von US-Dollar und Britischem Pfund in Höhe von 1,3 Mrd. € aus. Bei Herausrechnung von Wechselkurs- und Konsolidierungskreisveränderungen ist es uns im Geschäftsjahr 2008 gelungen, den Konzernumsatz praktisch auf Vorjahresniveau zu halten. Der Anteil des ausgewiesenen Auslandsumsatzes nahm wie im Vorjahr weiter zu und erhöhte sich gegenüber 2007 um 2,3 Prozentpunkte auf 53,2 % des Konzernumsatzes 2008. Dies entspricht einem Auslandsumsatz von 32,8 Mrd. €. Dessen Zunahme ist vor allem durch die gestiegene Anzahl der Kunden im operativen Segment Mobilfunk USA (siehe Seite 5) bedingt. In Deutschland hingegen nahm der Umsatz des operativen Segments Breitband/Festnetz (siehe Seite 5) 2008 ab.

Das bereinigte EBITDA konnte im Jahr 2008 dank Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen den Vorjahreswert um 0,2 Mrd. € übersteigen und übertraf mit 19,5 Mrd. € unsere Prognosen. Zudem konnte der Free Cash-Flow auf 7,0 Mrd. € erhöht werden. Er übertraf damit den Vorjahreswert von 6,6 Mrd. € und lag mit einem Plus von 0,4 Mrd. € ebenfalls über unseren Prognosen. Die Netto-Finanzverbindlichkeit der Deutschen Telekom blieb mit 38,2 Mrd. € in etwa auf dem Niveau des Vorjahres. Die attraktive Dividende in Höhe von 0,78 € je dividendenberechtigter Stückaktie wurde für das Jahr 2008 beibehalten. Die Investitionen in Zukunftstechnologien und Serviceverbesserungen haben wir im Vergleich zum Vorjahr um 0,7 Mrd. € auf 8,7 Mrd. € erhöht.

Konzernstruktur und operative Segmente.

Die Organisations- und Managementstruktur der Deutschen Telekom umfasst die operativen Segmente Mobilfunk Europa und Mobilfunk USA, Breitband/Festnetz, Geschäftskunden sowie Konzernzentrale & Shared Services. Diese Darstellungsform entspricht der Konzernstruktur, wie sie im Geschäftsbericht 2008 beschrieben wird. Die im ersten und zweiten Quartal 2009 vorgenommenen organisatorischen Änderungen finden in diesem CR-Bericht keine Berücksichtigung.

 Weiterführende Informationen hierzu finden Sie unter www.telekom.com

Mobilfunk Europa und Mobilfunk USA. Die T-Mobile International AG ist weltweit führender Mobilfunkanbieter mit mehr als 128 Millionen Privat- und Geschäftskunden (Stand: 31. Dezember 2008). In den Schwerpunktmärkten Europa und USA umfasst das Leistungsportfolio mobile Sprach- und Datendienste sowie mobile Breitbanddienste.

Sämtliche Aktivitäten der T-Mobile International AG in den west-, mittel- und osteuropäischen Ländern fallen in das operative Segment Mobilfunk Europa. Zu den westeuropäischen Ländern gehören Deutschland, Großbritannien, Niederlande und Österreich. Im mittel- und osteuropäischen Raum bietet die T-Mobile International AG Mobilfunkdienste in den Ländern Polen, Tschechien, Slowakei, Kroatien, Mazedonien, Montenegro und Ungarn an.

Das operative Segment Mobilfunk USA versorgt mehr als 30 Millionen Kunden im US-amerikanischen Markt mit Diensten der T-Mobile International AG.

Breitband/Festnetz. Unter der Produktmarke T-Home bietet die Deutsche Telekom im Segment Breitband/Festnetz klassische Festnetzleistungen, breitbandige Internetanschlüsse und Multimedia-Dienstleistungen für den Privat- und Geschäftskunden an. Insbesondere in Deutschland nimmt T-Home unter den Anbietern der DSL-Breitbandanschlüsse eine Spitzenposition ein. In den ausländischen Märkten ist T-Home insbesondere in den ost- und mitteleuropäischen Ländern Ungarn, Kroatien, Slowakei, Mazedonien, Bulgarien, Rumänien und Montenegro vertreten.

Geschäftskunden. Im operativen Segment Geschäftskunden mit der Produktmarke T-Systems hat der Konzern in seinem aktuellen Geschäftsmodell seine funktionale Struktur neu ausgerichtet und insbesondere die Trennung von Vertrieb und Produktion vollzogen. In den Vertriebsaktivitäten umfasst das Geschäftskundensegment nunmehr Infrastruktur- und Branchenlösungen für große multinationale Unternehmen (Corporate Customers).

T-Systems bietet Telekommunikations- und Informationstechnologie-Produkte an. Diese reichen von kostengünstigen Standardprodukten über Internet-Protocol-(IP-)basierte Hochleistungsnetze bis zur Realisierung kompletter ICT-Lösungen. Insgesamt ist T-Systems in über 20 Ländern vertreten. Schwerpunktmärkte stellen die europäischen Länder Deutschland, Frankreich, Spanien, Italien, Großbritannien, Österreich, Schweiz, Belgien und Niederlande dar.

Konzernzentrale & Shared Services. Sämtliche Konzerneinheiten und Beteiligungen, die den bereits genannten Segmenten nicht direkt zugeordnet sind, fallen in das operative Segment Konzernzentrale & Shared Services. Die Konzernzentrale hat die Aufgabe der Steuerung strategischer und segmentübergreifender Prozesse der Deutschen Telekom. Die Shared Services übernehmen alle Aufgaben, die nicht im direkten Bezug mit dem Kerngeschäft stehen. Dazu zählen die Immobilienverwaltung, das Fuhrparkmanagement und Mobilitätsleistungen sowie die Vermittlung von Beschäftigungsmöglichkeiten im Rahmen eines Personalumbaus. Diese Leistungen werden hauptsächlich in Deutschland erbracht.

Internationalisierung.

Der Internationalisierungskurs der Deutschen Telekom wurde im Jahr 2008 u. a. durch Zukäufe vorangetrieben. Einen wichtigen Meilenstein stellte dabei die strategische Beteiligung an dem griechischen Telekommunikationskonzern OTE dar. In Griechenland ist OTE Marktführer und bietet zudem mit seinen Tochtergesellschaften in mehreren südost- und osteuropäischen Ländern Dienstleistungen und Technologien in den Bereichen Mobilfunk, Festnetz und Breitbandanschlüsse an.



von links nach rechts:

Andreas Kröhling, Konzern Einkauf

Rahul Swaminathan, Deutsche Telekom Laboratories

Yvonne Föhrigen, Telekom Shop Vertriebsgesellschaft

Sebastian Müller, Master Service Management Center



Verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Die Deutsche Telekom will in Ausübung ihrer gesellschaftlichen Verantwortung (Corporate Responsibility – CR) ein weltweit führendes Unternehmen werden: Sie wendet sich systematisch wichtigen gesellschaftlichen Herausforderungen der Gegenwart zu. Sie bekennt sich zu den Prinzipien der Nachhaltigkeit und berücksichtigt in ihrem Unternehmenshandeln neben den wirtschaftlichen sowohl soziale als auch ökologische Ziele. Zur Bekräftigung dieser nachhaltigen Ausrichtung hat die Deutsche Telekom 2008 eine umfassende CR-Strategie formuliert und eine organisatorische Neuausrichtung eingeleitet, die wesentliche Konzernbereiche und Landesgesellschaften miteinbezieht.

Die strategische und organisatorische Neuausrichtung leistet einen relevanten Beitrag für unseren künftigen Unternehmenserfolg. Wir definieren drei für die Deutsche Telekom bedeutende CR-relevante Handlungsfelder und verleihen ihnen eine besondere strategische Aufmerksamkeit. Auf breiter Basis kooperieren und kommunizieren wir mit unseren internen wie externen Stakeholdern und managen die gesellschaftlichen Erwartungen, die an uns als Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologie-(ICT-)Branche gestellt werden, in umfassender und systematischer Weise. Dies reicht von der umfassenden Erfüllung gesetzlicher Bestimmungen und ethischer Normen über die ökonomische Wertschöpfung im Sinne unserer Shareholder bis hin zum freiwilligen Engagement. Mit einer Orientierung am Stakeholderdialog schaffen wir die Voraussetzungen, um unsere Geschäftstätigkeit verantwortungsvoll gestalten zu können, und verbessern so auch unsere Wettbewerbsfähigkeit. Um das Vertrauen unserer Kunden zu wahren, sehen wir uns außerdem in besonderer Weise verpflichtet, unsere Verantwortung im Datenschutz zu übernehmen.

☛ Verantwortliche Unternehmenskultur.

Mit dem Ziel, Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu werden, unterzieht sich die Deutsche Telekom einem fortlaufenden Veränderungsprozess. Die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung spielt dabei eine bedeutende Rolle. CR ist seit vielen Jahren integraler Bestandteil des Unternehmenshandelns der Deutschen Telekom. Mit der Weiterentwicklung unserer Unternehmenskultur werden wir CR in Zukunft noch breiter im Unternehmen verankern. Denn CR sichert auf Dauer die Voraussetzungen für die internationale Wettbewerbsfähigkeit unseres Konzerns. Die Bereitschaft der Deutschen Telekom, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, prägte darum auch die Entwicklung der „Guiding Principles“, der fünf neuen Leitlinien für die Unternehmenskultur der „Neuen Telekom“, deren interne Einführung im Februar 2009 angelaufen ist.

Verantwortung leben. In den Leitlinien der Konzernnachhaltigkeitsstrategie 2006 – 2008 bekannte sich der Vorstand der Deutschen Telekom ausdrücklich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und unterstrich damit die Bedeutung der Verantwortung für das unternehmerische Selbstverständnis der Deutschen Telekom. Verantwortung wurde seitdem zum integralen Bestandteil der Geschäftstätigkeit des Konzerns weiterentwickelt. Im September 2008 hat der Vorstand die Verantwortung des Konzerns konkretisiert. Unter dem Motto „Wir leben Verantwortung.“ schließt die Deutsche Telekom sämtliche Unternehmensaktivitäten, d. h. die gesamte Wertschöpfungskette, in ihr Verständnis von CR mit ein. Dies beginnt bei der nachhaltigen Gestaltung der Lieferantenbeziehungen und der kompletten Beschaffungswege einschließlich der Rohstoffgewinnung. Es umfasst unser Engagement vor Ort für unsere Beschäftigten und die Qualität unserer Prozesse, aber auch unser Engagement für die Gesellschaft, für den technologischen Fortschritt sowie den schonenden Umgang mit knappen Ressourcen. Ein weiterer Schwerpunkt ist der verantwortungsvolle Auf- und Ausbau unserer Netzinfrastruktur. Nicht zuletzt leben wir Verantwortung in der Art und Weise, wie wir unsere Produkte und Lösungen zu den Kunden bringen und diese bei einer nachhaltigen Nutzung unterstützen. Diese Haltung ist nicht nur ein Ziel, sondern schon heute praktizierte Unternehmenskultur.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

📍 101 Unsere freiwilligen Verpflichtungen

☛ CR-Strategie und die drei CR-Handlungsfelder.

Mit der konzernweiten CR-Strategie bekennen sich die Deutsche Telekom und ihr Vorstand ausdrücklich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung. Die CR-Strategie gilt konzernweit und gibt auch unseren internationalen Töchtern den Handlungsrahmen vor, der vor Ort – in den unterschiedlichsten

Ländern und Märkten – mit Leben gefüllt wird. Denn nur wenn es gelingt, alle Beschäftigten dafür zu sensibilisieren, kann die Deutsche Telekom ihr Ziel erreichen und international führend im Bereich CR werden. Die CR-Strategie der Deutschen Telekom ist Ergebnis eines Strategieentwicklungsprozesses, der durch den 2008 neugeschaffenen CR-Bereich eingeleitet wurde. Auf Basis einer Bestandsaufnahme und der Auswertung einer Reihe von internen und externen Stakeholderinterviews wurden innerhalb des Berichtszeitraums nacheinander CR-Ziele, wesentliche Handlungsfelder, Programminhalte und organisatorische Strukturen entwickelt. Indem wir die Stakeholderperspektive stark in den Prozess einbezogen, konnten wir sicherstellen, dass unsere CR-Strategie die gesellschaftlichen Anforderungen an unser Unternehmen ebenso berücksichtigt wie die Potenziale der Deutschen Telekom als einer der führenden ICT-Konzerne.

CR-Handlungsfelder. Mit ihren Produkten und Diensten leistet die Deutsche Telekom schon heute einen entscheidenden Beitrag zur Lösung zentraler gesellschaftlicher Fragen. Um die nachhaltige Entwicklung von Umwelt, Gesellschaft und Wirtschaft weiter voranzutreiben, nutzt die Deutsche Telekom das breite Potenzial, das moderne ICT heute bietet, und stellt sich aktuellen gesellschaftlichen Herausforderungen: Dazu gehören die massive Klimaänderung, die Förderung gleicher Chancen zur Partizipation an der Informationsgesellschaft sowie die verbesserte Vernetzung von Arbeit und Leben. Mit unserer CR-Strategie haben wir drei Handlungsfelder als Schwerpunkte unserer CR-Aktivitäten definiert, in denen die Deutsche Telekom international neue Maßstäbe setzen will:

- **Connected Life and Work – nachhaltige Vernetzung von Leben und Arbeiten.** Unser Beitrag zur Vernetzung der Arbeits- und Lebenswelt ist Teil unseres Kerngeschäfts. Wir wollen Beschäftigte, Kunden und andere Stakeholder gleichermaßen dabei unterstützen, ihre Lebens- und Arbeitsqualität zu verbessern. Beispiele hierfür sind Produkte und Dienste, die mobiles Arbeiten ermöglichen, E-Government-Lösungen wie das digitale Rathaus, die die Verwaltung flexibel und bürgernah gestalten (■ siehe Seite 38 f.), oder die verschiedenen Diversity-Programme des Konzerns. ■ Siehe Seite 25.
- **Connect the Unconnected – Integration in die Informations- und Wissensgesellschaft.** Die Deutsche Telekom möchte möglichst vielen Menschen – unabhängig von Wohnort, Alter, Medienkompetenz oder Behinderung – den Zugang zu ICT ermöglichen. Denn die digitale Integration ist in unserer Informations- und Wissensgesellschaft eine wichtige Voraussetzung für Chancengleichheit. Mit dem Ausbau mobiler Breitbandnetze und dem Anschluss ländlicher Regionen an superschnelles Internet schafft die Deutsche Telekom für Menschen und Unternehmen Voraussetzungen, die Vorteile digitaler Medien zu nutzen. ■ Siehe Seite 31 ff. Für Menschen mit körperlicher Behinderung oder Sprachbarrieren entwickelt die Deutsche Telekom bedarfsgerechte Produkte und Dienste. Gleichzeitig unterstützt der Konzern Projekte zur Förderung von Medienkompetenz. ■ Siehe Seite 43 f. Mit dem Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“ wollen wir vor allem benachteiligten Jugendlichen neue Perspektiven eröffnen und so die Chancengleichheit in unserer Gesellschaft fördern. ■ Siehe auch Seite 28.

- **Low Carbon Society – Wege zu einer CO₂-reduzierten Gesellschaft.** ICT-Prozesse sind mit Energieverbrauch und CO₂-Emissionen verbunden. Sie können aber auch ganz erheblich zu deren Einsparung beitragen. Genau hier setzt das Engagement der Deutschen Telekom an. Wir entwickeln ICT-basierte Lösungen und Produkte, die sowohl unsere eigene Energieeffizienz steigern als auch unsere Kunden dazu befähigen, wirkungsvoll zum Klimaschutz beizutragen. Mithilfe moderner Telematik kann bspw. Verkehr vermieden werden, Videokonferenzen können Geschäftsreisen ersetzen, Digitalisierung kann einen enormen Beitrag zur Ressourcenschonung leisten. ■ Siehe Seite 40 f. Mit energieeffizienten Rechenzentren und dem Einsatz erneuerbarer Energien sorgt die Deutsche Telekom dafür, dass ihre CO₂-Bilanz beim Einsatz von ICT noch besser ausfällt. Um den CO₂-Ausstoß im Konzern weiter zu reduzieren, setzt der Konzern außerdem auf eine nachhaltige Fahrzeugflotte und ein effizientes Gebäudemanagement. ■ Siehe auch Seite 27 f.

Systematisch zur internationalen CR-Führerschaft. Mit dem strategischen Ziel, die Deutsche Telekom zum internationalen Vorreiter bei CR zu machen, entwickeln wir seit 2008 ein umfassendes CR-Programm. Es hat zum Ziel, alle CR-relevanten Prozesse entlang der gesamten Wertschöpfungskette unseres Konzerns zu strukturieren. Außerdem wird es verbindliche Zielvorgaben liefern, die wir in allen Facetten des täglichen Kerngeschäfts der Deutschen Telekom steuern und zur Umsetzung bringen wollen. Im Rahmen der fortschreitenden Programmentwicklung 2009 – 2011 haben wir klare Ziele definiert. Weiterhin identifizieren wir CR-relevante Projekte, Maßnahmenpakete und Initiativen und systematisieren diese im Hinblick auf die drei CR-Handlungsfelder. Wir setzen uns für die Implementierung der Projekte einen Zeitrahmen und entwickeln mehrere quantitativ darstellbare CR-Key-Performance-Indikatoren (KPI). Mit deren Hilfe wollen wir den Grad der konzernweiten Umsetzung unserer CR-Zielsetzungen ermitteln und unseren Anspruch auf CR-Leadership mit Fakten untermauern. Durch den Vorstand wurde 2008 außerdem eine CR-Roadmap verabschiedet. Die darin beschriebenen Maßnahmen fließen in die Programmentwicklung ein.

Auf seiner konstituierenden Sitzung verabschiedet das CR-Board (■ siehe Seite 10 f.) eine Empfehlung zu konkreten CR-Programminhalten und -Zielen und bewilligt darüber hinaus die weitere Entwicklung von CR-relevanten KPI. Das verabschiedete CR-Programm und seine Ziele sollen im Juli 2009 den Landesgesellschaften vorgestellt werden. Die KPI werden vom CR-Bereich bis Ende 2009 erarbeitet.

Internationales Roll-out der CR-Strategie. Ein weiteres wichtiges Arbeitsfeld unserer CR-Strategie ist die Einbindung der unterschiedlichen Landesgesellschaften unseres Konzerns. Deren CR-Strategien müssen sukzessive im jeweils nationalen Kontext an die konzernweite CR-Strategie angepasst werden. Wir veranstalten zu diesem Zweck seit Mai 2009 Roadshows vor Ort. Dabei holen wir die Commitments der Landesgesellschaften ein, besprechen die Verankerung mit dem Management und den dortigen CR-Verantwortlichen.

Unser Weg zur CR-Leadership.

- Die Deutsche Telekom strebt nach einer internationalen Führungsrolle bei Corporate Responsibility (CR). Was bedeutet dieses ambitionierte Vorhaben für das Management und die Geschäftsprozesse des Konzerns? Welche Ziele muss sich der Konzern setzen und mit welchen Instrumenten lassen diese sich umsetzen? Antworten auf diese Fragen gibt Luis Neves, Leiter Corporate Responsibility der Deutschen Telekom.

Wie nahe sind Sie dem Ziel, weltweit führendes Unternehmen im Bereich CR zu werden, bis heute gekommen? Wir bei der Deutschen Telekom leben gesellschaftliche Verantwortung schon seit Langem in vielen unterschiedlichen Facetten. Die Leistungen, die wir dabei erbringen, werden von wichtigen Nachhaltigkeitsrankings seit Jahren gewürdigt. Dazu gehören z. B. unsere anspruchsvollen Standards für eine nachhaltige Beschaffung und die Managementprozesse, mit denen wir diese bei unseren Zulieferern durchsetzen. Auch mit Green ICT und unserem Bildungsengagement, welches wir über die Deutsche Telekom Stiftung und weitere eigenständige Projekte ausüben, haben wir bereits international wegweisende Lösungen präsentiert. Nicht zuletzt gehören wir zu den Erstunterzeichnern des Global Compact und nehmen an dessen neuer Leadership-Plattform teil. Ich denke daher, dass wir schon heute in einigen gesellschaftlich relevanten Bereichen weltweit führend sind. Aber es gibt auch noch Sektoren, in denen wir uns mehr anstrengen müssen. Dies sagen uns die internationalen CR-Benchmarks, die wir regelmäßig auswerten. Unser Ziel ist es, in Zukunft auch dort immer wieder selbst die Maßstäbe zu setzen und damit eine Führungsrolle zu übernehmen.

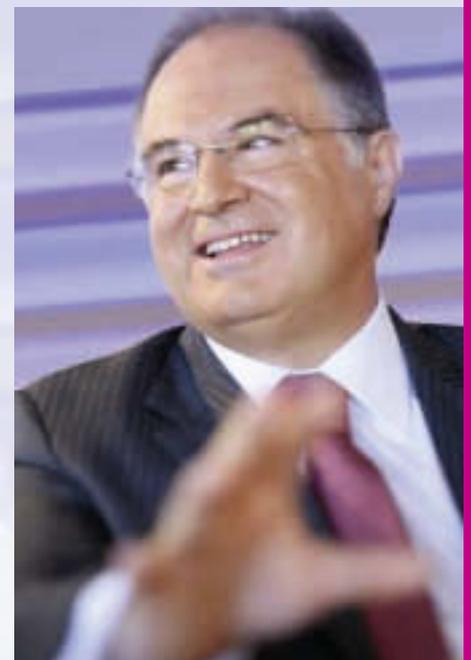
Auf welche Weise wollen Sie Ihr anspruchsvolles Ziel erreichen? Wir müssen die zahlreichen Anforderungen an CR wie z. B. nachhaltige Produkte, Energieeffizienz, Business-Ethik, Compliance oder nachhaltige Beschaffung in umfassender Weise erfüllen. Dies betrifft nahezu alle Managementprozesse vom Einkauf über Forschung und Entwicklung, Risikomanagement, Controlling, Kommunikation bis zur Prozesssteuerung – einschließlich der Führung unseres Konzerns.

Wie stellen Sie sicher, dass die Vielzahl an CR-Aufgaben in der Praxis realisiert wird? Damit wir unsere führende Position erreichen und kontinuierlich behaupten können, müssen alle Mitarbeiter im Konzern an einem Strang ziehen. Unser Team versteht sich als Impulsgeber und Katalysator dieses Prozesses. Wir haben dafür ein konzernweites CR-Programm ausgearbeitet. Dazu gehören die CR-Handlungsfelder, auf die wir uns strategisch fokussieren wollen, und die CR-Leistungsbereiche, die für jeweils einzelne Glieder unserer Wertschöpfungskette relevant sind. Für Handlungsfelder und Leistungsbereiche haben wir konkrete Ziele festgelegt und diejenigen Projekte, Initiativen und Maßnahmen bestimmt, die nötig sind, um international unser anspruchsvolles Ziel zu erreichen. Zur Koordination dieser Prozesse haben wir außerdem eine Roadmap, einen Fahrplan, verabredet und begonnen, Instrumente zur Erfolgskontrolle, sog. Key Performance Indikatoren (KPI) zu entwickeln. Diese liefern uns harte Vergleichswerte und stellen damit einen Ansporn zur Umsetzung unserer CR-Ziele dar.

Welche KPI nutzen Sie im Einzelnen, um Ihrem Ziel näher zu kommen? Ich möchte einige Beispiele nennen: Es ist für unsere CR-Performance wichtig, belegen zu können, mit welchem Erfolg wir unsere Lieferanten bei der Gestaltung unserer nachhaltigen Lieferkette einbeziehen. Hierfür verwenden wir einen KPI, der das auf Nachhaltigkeitskriterien überprüfte Einkaufsvolumen mit dem Gesamteinkaufsvolumen ins Verhältnis setzt. Weiterhin haben wir uns zum Ziel gesetzt, unsere CO₂-Emissionen bis 2020 um 20% zu senken. Um hierüber Bescheid zu wissen, ermitteln wir die absoluten CO₂-Emissionswerte unseres Konzerns.

Wir errechnen darüber hinaus den Energieverbrauch pro Umsatz und erhalten so eine wichtige Steuerungsgröße zur Energieeffizienz unserer Infrastruktur, Anlagen und Logistikprozesse. Wie viel wir schließlich unserem Ziel, bester Arbeitgeber zu werden, mit Maßnahmen zu den Arbeitsbedingungen, zum Gesundheitsschutz, zur Arbeitssicherheit oder zum Corporate Volunteering näher kommen, erfahren wir durch den KPI „Mitarbeiterzufriedenheit“.

Ich erwarte, dass die ersten Ergebnisse der KPI uns vor konkrete Herausforderungen stellen werden. In meiner Wahrnehmung gewinnt Corporate Responsibility heute in der Krise an Bedeutung, so ist es wichtiger denn je, diese Ziele kraftvoll zu verfolgen.



Wertvolle eigene Ansätze, die wir in passender Form integrieren wollen, gibt es in vielen Landesgesellschaften. In die Gespräche und in die neu geschaffenen Arbeitsgruppen der Roadshows werden Geschäftsführer sowie Verantwortliche aus CR-relevanten Bereichen unserer ausländischen Tochtergesellschaften eingebunden. Zur Auswertung der Ergebnisse dokumentieren wir im Anschluss an die Veranstaltungen den Gesprächsstand. Bis zum CR-Manager-Meeting im November 2009 wollen wir die meisten Roadshows abgeschlossen haben.

Zur Implementierung der CR-Strategie und zur Abfrage von CR-Inhalten in relevanten Konzerneinheiten nutzen wir außerdem das Instrument der bilateralen sog. Eins-zu-eins-Gespräche. Geführt werden die Eins-zu-eins-Gespräche zwischen CR-Verantwortlichen und Vertretern der unterschiedlichen Fachabteilungen. Wir geben damit Anstöße, CR-Themen im Alltag zu erkennen, verantwortungsvollen Umgang mit Ressourcen und Stakeholdern einzuüben und auf allen Ebenen mehr Transparenz über die Leistungen unseres Konzerns zu erlangen. Von August 2008 bis März 2009 führten wir mit 24 Konzerneinheiten Eins-zu-eins-Gespräche durch. Zur Vertiefung wurde außerdem eine Reihe von Folgetreffen durchgeführt bzw. verabredet.

Verknüpfung von Konzern- und CR-Strategie. Mit der Fokussierung auf die drei CR-Handlungsfelder und der Bündelung der weltweiten CR-Aktivitäten folgt die CR-Strategie den Vorgaben der Konzernstrategie, indem sie dazu beiträgt, dass die Deutsche Telekom ihre Aktivitäten weiter „konzentrieren und gezielt wachsen“ kann. Die Stärke der CR-Strategie der Deutschen

Telekom ist ihre Nähe zum Kerngeschäft des Konzerns. Dank der Nachhaltigkeit unserer Produkte, Dienste und Lösungen kann die Deutsche Telekom in vielen Bereichen bereits heute CR-orientierte Geschäftsmodelle darstellen: Anstelle externer Anforderungen meldet sich dort zunehmende Nachfrage; vermeintliche Kostentreiber werden zu Werttreibern. Gute Beispiele liefern Green ICT und die fortschreitende Breitbandvernetzung. Wir arbeiten außerdem daran, den nachhaltigen Nutzen bereits existierender Produkte für unsere Kunden herauszuarbeiten und ihn bei der Entwicklung zukünftiger Produkte noch stärker zu berücksichtigen.

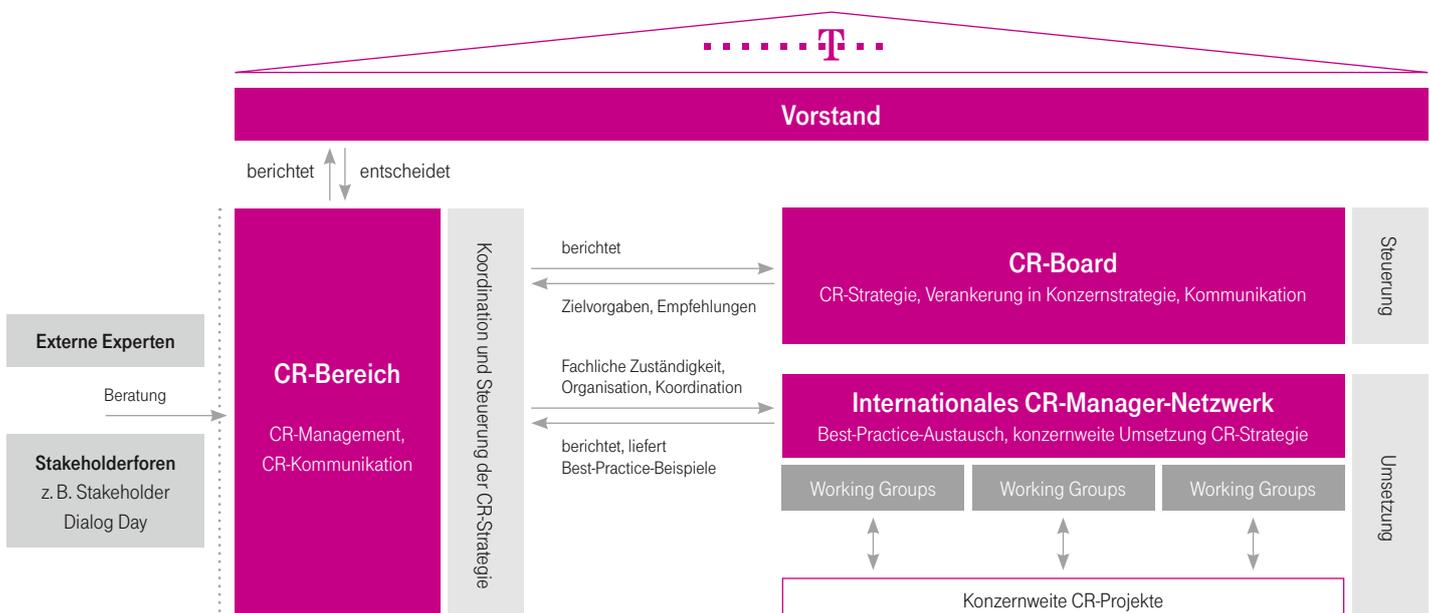
Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

102 Umsetzung der CR-Strategie

✓ CR-Organisationsstruktur.

Die Deutsche Telekom hat im Berichtszeitraum die Managementstrukturen im Bereich CR weiter ausgebaut. Dabei ist eine Organisationsstruktur entstanden, die es uns erlaubt, CR konzernweit zu steuern. Sie stellt sicher, dass – von der Vorstandsentscheidung bis zu den CR-Projekten in den internationalen Unternehmen – die strategische Steuerung und die operative Umsetzung von CR bei der Deutschen Telekom eng verzahnt sind. Der Vorstand der Deutschen Telekom fungiert dabei nicht nur als allgemeines Entscheidungsgremium, er stellt zugleich die treibende Kraft in der CR-Organisationsentwicklung dar.

CR-Governance.



CR-Board – Strategie und Zielsetzung. Das CR-Board, das neue zentrale Governance-Gremium der Deutschen Telekom für CR, hatte am 6. Mai 2009 seine konstituierende Sitzung. Das Gremium tritt mindestens dreimal im Jahr zusammen und diskutiert die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen im Konzern, in der Gesellschaft und in den Märkten im Hinblick auf den Anspruch der Deutschen Telekom, international führend in CR zu werden. Das Gremium entwickelt und verabschiedet Empfehlungen zum CR-Programm sowie zu unserer CR-Strategie und ihren Schwerpunkten und reicht diese an den CR-Bereich weiter. Mitglieder des CR-Boards sind die Leiter der wichtigsten CR-relevanten Konzernfunktionen. Dazu zählen neben dem CR-Bereich die Konzernkommunikation, der Personal- und Einkaufsbereich, der Bereich „Public and Regulatory Affairs“, das Markenmanagement, das Vorstandsbüro, der Bereich „Technologie und Innovation“ sowie die Deutsche Telekom Stiftung. Die breite Besetzung des CR-Boards sorgt dafür, dass CR-, Konzern- und Markenstrategie sowie die Konzernwerte miteinander im Einklang stehen und CR konzernweit verankert wird.

Zentraler CR-Bereich – Steuerung und Koordination operativer Prozesse. Der CR-Bereich koordiniert und steuert die Umsetzung der CR-Strategie auf operativer Ebene – in allen Geschäftsfeldern und internationalen Gesellschaften. Auf Konzernebene bildet er damit die Schnittstelle zu allen weiteren relevanten Abteilungen. Zur Entwicklung nachhaltiger Produktkonzepte arbeitet der CR-Bereich bspw. eng mit dem Bereich Produkte und Innovationen zusammen. Durch die Anbindung an die Unternehmenskommunikation ist der CR-Bereich auf oberster Ebene im Verantwortungsbereich des Vorstandsvorsitzenden angesiedelt.

Internationales CR-Manager-Netzwerk – Umsetzung und Austausch. Das CR-Manager-Netzwerk bietet als internationale Expertenrunde eine Plattform für den bereichs- und länderübergreifenden Austausch zu CR im Konzern. Ihm gehören CR-Manager aus allen Geschäftsfeldern und internationalen Beteiligungen an. Sie vertreten die jeweiligen nationalen CR-Aktivitäten, -Ziele und -Herausforderungen. Mindestens zweimal im Jahr kommen alle CR-Manager zum internationalen CR-Manager-Meeting zusammen. Bei diesen Treffen wird u. a. das CR-Programm weiterentwickelt. 2008 fanden die Meetings im August und im Oktober statt. Für 2009 sind Treffen im Juli und November vereinbart. Die CR-Manager konnten darüber hinaus im Rahmen des Netzwerks über regelmäßige Telefonkonferenzen miteinander in engen Austausch treten.

Climate Change Group. Zahlreiche Stakeholder, ganz besonders unsere Kunden, aber auch Investoren und Ratingagenturen erwarten von unserem Konzern eine herausragende Performance im Bereich Klimaschutz. Aufgrund der besonderen Bedeutung des Themas haben wir uns vorgenommen, in der zweiten Jahreshälfte 2009 eine Climate Change Group zu gründen. Die Climate Change Group soll uns als internes Gremium helfen, neue Ansätze für die konzernweite Zusammenarbeit bei der CO₂-Reduktion und Energieeinsparung zu finden und konzernweit einheitliche, langfristig verbindliche Vorgehensweisen zu entwickeln. Zentrale Aufgabenstellung der Gruppe ist es, die Deutsche Telekom ihrem Ziel näher zu bringen, führend

auf dem Weg in eine CO₂-reduzierte Gesellschaft zu werden.  Siehe Seite 8. Die weitere Verringerung unseres eigenen CO₂-Fußabdrucks sowie die forcierte Entwicklung von Produkten und Dienstleistungen, die unseren Kunden helfen, auch ihre Klimabilanz zu verbessern, stellen weitere Arbeitsschwerpunkte dar. Wir erwarten uns auch für unseren Konzern viele Vorteile. Dazu gehören Kosteneinsparungen, Unterstützung für den Vertrieb, die Wahrnehmung neuer Marktchancen und eine frühzeitige Risikominimierung.

Die Mitglieder der Climate Change Group, Klimaexperten innerhalb unseres Konzerns, werden sich mindestens viermal jährlich unter Vorsitz des Vorstandsbeauftragten für Nachhaltigkeit und Klimaschutz der Deutschen Telekom treffen. Externe Sachverständige sollen außerdem als Gäste in die Arbeit der Gruppe einbezogen werden.

CR-Organisation auf Mitarbeiterenebene. Eine unerlässliche Bedingung für die erfolgreiche Umsetzung unserer CR-Strategie ist die breite, freiwillige Mitwirkung unserer Beschäftigten. Auch hierfür schaffen wir zurzeit wichtige organisatorische Voraussetzungen. Zum vierten Quartal 2009 planen wir z. B. die Einführung eines CR-E-Learning-Tools. Es soll sich mit zwei Sprachversionen in Deutsch und Englisch an unsere nationale und internationale Mitarbeiterschaft richten, erklären, was wir mit dem Begriff CR verbinden, und einen Überblick über das breite Spektrum von CR geben. Es wird außerdem auf die Bedeutung hinweisen, die CR für die Deutsche Telekom und ihre Beschäftigten, aber auch für die gesellschaftliche Entwicklung hat.

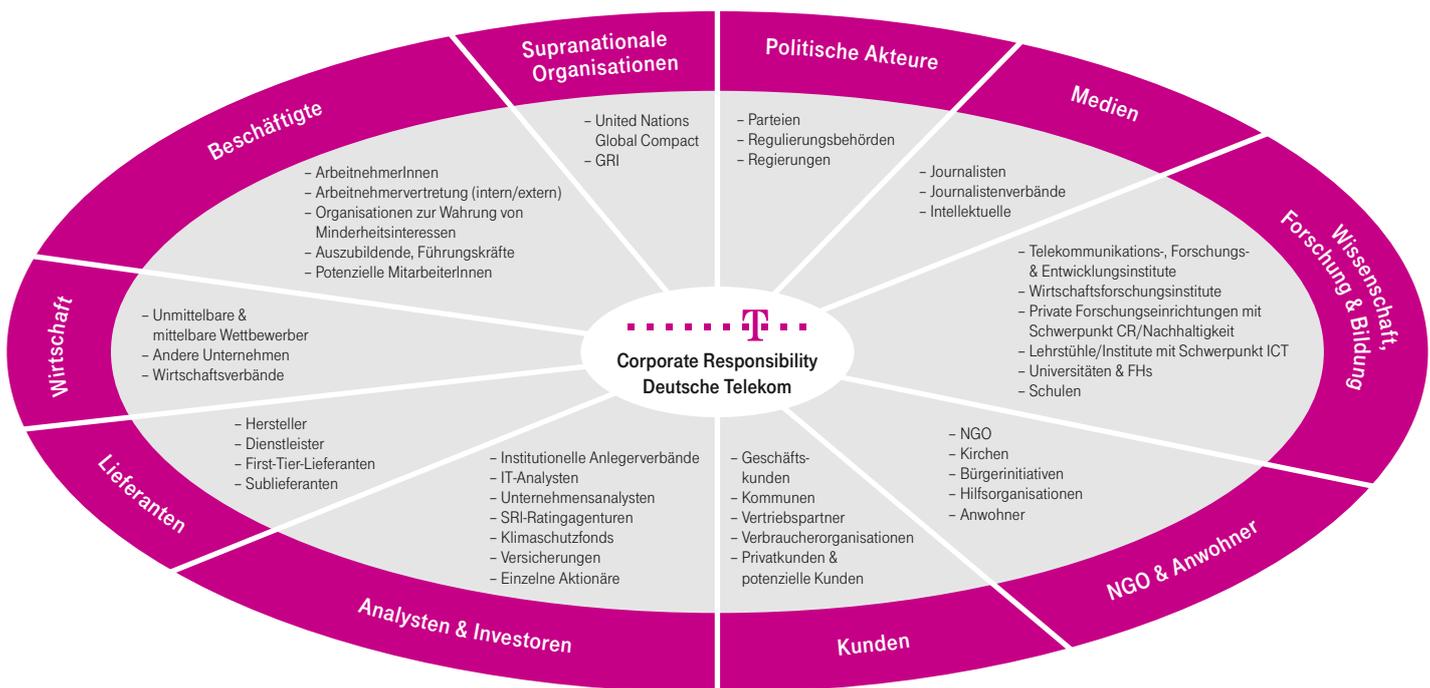
Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 103 CR-Governancestruktur

Stakeholderdialog.

Der verantwortlich geführte Dialog mit unseren unterschiedlichen Stakeholdergruppen – darunter unsere Kunden, Anteilseigner, Lieferanten und Beschäftigten ebenso wie Nichtregierungsorganisationen (NGO), Verbände sowie wissenschaftliche und politische Institutionen – ist ein wichtiges Instrument 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 werben wir im Gegenzug um Verständnis für das wirtschaftliche Handeln unseres Unternehmens und die 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.

Stakeholderuniversum der Deutschen Telekom – unsere Stakeholder im Überblick.



Umfassendes Dialogkonzept. Zur Koordination unserer vielfältigen Dialogaktivitäten bestimmten wir 2008 sowohl zentral als auch auf Ebene der Landesgesellschaften Verantwortlichkeiten, legten Fachverantwortliche für bestimmte CR-Themenbereiche fest und verankerten den Stakeholderdialog in unserem CR-Management. Gemeinsam mit anderen Fachabteilungen haben wir im Dezember 2008 außerdem begonnen, unsere Dialogaktivitäten weiter zu systematisieren, und ein CR-Kommunikations- und Dialogkonzept ausgearbeitet. Es soll uns helfen, unsere CR-Performance besser zu profilieren und mehr öffentliche Wahrnehmung zu erzielen.

In einer Bestandsaufnahme identifizierten wir zehn übergeordnete Stakeholdersegmente, darunter Lieferanten, Beschäftigte, Anwohner, Kunden und zahlreiche Untergruppen, denen wir unterschiedliche Erfolgsfaktoren und Kommunikationskanäle zuordneten. Anschließend bewerteten wir die bisherige Dialogpraxis in den einzelnen Segmenten. Wir führten hierzu Interviews mit internen und externen Stakeholdern und werteten relevante Marktforschungsstudien aus. Das anschließend erstellte CR-Kommunikations- und Dialogkonzept lieferte formale sowie inhaltliche Anforderungsprofile für unsere drei Kerninstrumente der CR-Kommunikation (CR-Print- und -Onlinebericht sowie Konzernportal „Verantwortung“) und weitere CR-Medien.

Das Wesentliche im Blick. Im Rahmen der jährlichen CR-Berichterstattung führen wir zur Themenfokussierung regelmäßig einen sog. Materiality- oder Wesentlichkeitsprozess durch. Wir interviewen externe und interne Stakeholder und führen die Inhalte in einem Materiality-Workshop zusammen. Wir bestimmen dabei die für unseren Konzern und unsere Stakeholder zentralen Themen im Hinblick auf die Ansprüche und Themen beider Seiten. Hierzu bewerten wir sie in vier Relevanzkategorien von niedrig bis sehr hoch jeweils aus der Unternehmens- sowie der Stakeholderperspektive und tragen sie in eine Materiality-Matrix ein. Der Materiality-Workshop zur Festlegung der Themen des vorliegenden Berichts fand Ende Januar 2009 mit Unterstützung durch einen externen Dienstleister statt.

Zuhören – Diskutieren – Verstehen. Der Dialog mit den Stakeholdern der Deutschen Telekom wird auf unterschiedlichsten Ebenen geführt. Wir stellen uns den Fragen unserer Kunden und diskutieren mit Vertretern aus Politik und Wirtschaft. Wir sprechen mit den Kommunen in den Standortregionen, mit unseren Aktionären und Beschäftigten.

Der aktive Stakeholderdialog ist wesentlicher Bestandteil der CR-Strategie der Deutschen Telekom. So werden z. B. bei der Entwicklung von Dienstleistungen und Produkten die Anforderungen und Wünsche der Stakeholder berücksichtigt. Stakeholderansprüche fließen auch in strategische Überlegungen ein, denn der offene Dialog erlaubt es der Deutschen Telekom, Verbesserungspotenziale zu entdecken und Risiken zu vermeiden. Dialoge spielen bei der Deutschen Telekom auf verschiedenen Ebenen von der Konzernzentrale über die operativen Segmente bis zu den Landesgesellschaften eine wichtige Rolle:

Corporate Responsibility Day. Der „Corporate Responsibility Day“ („CR Day“) bietet internen und externen Stakeholdern der Deutschen Telekom ein Forum, Perspektiven der unternehmerischen Verantwortung kritisch zu diskutieren. Dieses sog. Multistakeholderforum widmet sich wechselnden Themenschwerpunkten und fördert den Meinungs-austausch mit und zwischen relevanten Stakeholdern. Den thematischen Rahmen des „CR Days“ 2009 bildet die CR-Strategie mit den Handlungsfeldern „Connected Life and Work“, „Connect the Unconnected“ und „Low Carbon Society“. Der „CR Day“ findet 2009 am 1. Juli in der Hauptstadtrepräsentanz in Berlin statt. Über 300 Stakeholder sind zu der Veranstaltung geladen, darunter Vertreter aus Wissenschaft, Politik, Wirtschaftsverbänden, NGO, Kirchen sowie Lieferanten und Investoren.

Stakeholder Dialog Day. Seit 2008 veranstaltet die Deutsche Telekom jährlich einen „Stakeholder Dialog Day“. Ziel der Veranstaltung ist die Zusammenführung mehrerer Stakeholdergruppen unter einem Dachthema. 2008 hieß das Motto: „Nachhaltiges Beschaffungswesen als globale Herausforderung“. Über 40 Teilnehmer aus den Gruppen der Lieferanten,

Analysten und Mitarbeiter, NGO und Universitäten diskutierten an unserem Bonner Hauptsitz Elemente einer verantwortungsvollen Einkaufspolitik. Praktiker und Wissenschaftler nutzten die Gelegenheit zum Austausch unterschiedlicher Sichtweisen. Im Mai 2009 geht es auf dem zweiten „Stakeholder Dialog Day“ erneut um die Herausforderungen einer nachhaltigen Beschaffung. In parallelen Arbeitsgruppen wollen wir uns diesmal mit Brennpunktthemen wie „Rohstoffabbau und ICT“, „Produktinnovationen für eine CO₂-arme Gesellschaft“ und „Management von Elektroschrott“ beschäftigen.

Dialog auf der CeBIT. Die Deutsche Telekom nutzte ihren Auftritt auf der Computermesse CeBIT in Hannover zur Vorstellung ihrer CR-Aktivitäten und setzte damit ein Signal in der Branche. Ziel war es, CR- und Nachhaltigkeitsthemen gegenüber den Kunden transparent und den Beitrag unserer Produkte und Kundenlösungen konkret zu machen. Im Herzen des Messestandes der Deutschen Telekom platziert, fand das Thema auch bei prominenten Vertretern wichtiger Stakeholdergruppen große Aufmerksamkeit. Ein CR-Film und eine „Guided Tour“ durch unser Konzernportal „Verantwortung“ lieferten die Hintergrundinformationen zu den Gesprächen.

Klimaneutrale Hauptversammlung. Die Deutsche Telekom tritt regelmäßig mit ihren Investoren und Aktionären in Dialog. Auf der Hauptversammlung am 30. April 2009 präsentierte sich der CR-Bereich unseren Shareholdern. Die Veranstaltung selbst wurde klimaneutral gestellt. Die Kompensation sämtlicher durch die Veranstaltung bedingter Treibhausgasemissionen erfolgte durch den Erwerb von Emissionsminderungszertifikaten für 677 Tonnen CO₂. Der Gegenwert in Höhe von ca. 7 000 € ging an ein Klimaschutzprojekt in Brasilien. Ein eigener CR-Stand machte die 6 500 Besucher der Hauptversammlung auf unsere CR-Strategie, die damit erzielten Erfolge und die zukünftigen Vorhaben unserer CR aufmerksam. Präsentiert wurden außerdem das „Cargobike“, ein mit Wasserstoff-Brennstoffzellen betriebenes Lastenfahrrad für den Service, sowie die Brennstoffzellen-Technologie als zukunftsweisende Lösung zur dezentralen, nachhaltigen Energieversorgung von Mobilfunkstationen, Rechenzentren oder Multimediaterminals. Um ergänzende Informationen zur CR-Performance der Deutschen Telekom zu liefern, wurde ein CR-Film präsentiert. Im Plenum der Hauptversammlung nutzten wir außerdem die Gelegenheit, gegenüber unseren Anteilseignern auf die steigende Bedeutung von sozialverantwortlichem Investment (Social Responsible Investment – SRI) hinzuweisen.

Dialoge unserer Landesgesellschaften. Unsere Landesgesellschaften und Tochterunternehmen führen eine große Zahl von Stakeholderdialogen in Eigenregie. Ein herausragendes Beispiel liefert Ungarn mit seinem Runden Tisch zum Umweltschutz: Magyar Telekom lädt jedes Jahr Vertreter aus Politik, NGO, Lieferanten, Wissenschaft und dem eigenen Unternehmen zu einer Round-Table-Diskussion zu Themen der Nachhaltigkeit ein. Seit 1997 fördert das Unternehmen auf diese Weise den offenen Dialog und das gegenseitige Verstehen.

☑ Dialoginitiativen für den Klimaschutz.

Eines unserer wichtigsten Dialogthemen ist der Klimaschutz. Der Klimadialog ist Bestandteil unseres Engagements in dem CR-Handlungsfeld „Low Carbon Society – Wege zu einer CO₂-reduzierten Gesellschaft“ (☑ siehe Seite 8) und wird von uns darum besonders forciert. Als Unternehmen mit anerkannter Nachhaltigkeitsperformance bringen wir unser Know-how in viele Diskussionen ein und leisten einen Beitrag zum laufenden Verhandlungsprozess um ein weltweites Klimaschutzabkommen als Mitglied der Climate Change Working Group (CCWG) bei der Global e-Sustainability Initiative (GeSI). Unser Ziel ist es, die Klimaschutzpotenziale der ICT-Branche weltweit bekannt zu machen und die Einführung klimafreundlicher Technologien zu stärken.

Auf internationalen Konferenzen und in verschiedenen internationalen Organisationen und Gremien setzt sich die Deutsche Telekom außerdem für eine entschlossene Politik zum Schutz des Weltklimas ein. So gehört die Deutsche Telekom zu den rund 100 Unterzeichnern der gemeinsamen Erklärung des Global Roundtable on Climate Change (GROCC). Außerdem sind wir Mitglied der Initiative „The European Union Corporate Leaders Group on Climate Change“. Im Dezember 2008 unterzeichneten in ihrem Rahmen mehr als 140 Geschäftsführer global agierender Unternehmen die an die EU-Parlamentarier gerichtete „Poznan-Erklärung“ und bekannten sich somit zu einem gemeinsamen Vorgehen beim Thema Klimaschutz. In Deutschland ist die Deutsche Telekom Gründungsmitglied der Initiative „2° – Deutsche Unternehmer für Klimaschutz“, die sich für eine entschlossene Politik zum Schutz des Weltklimas einsetzt und deren Mitglieder sich verpflichten, die Fähigkeiten und das Wissen ihrer Unternehmen für den Klimaschutz einzusetzen.

Dialogmanagement mit System. In Verbindung mit dem Ziel, in CR international führend zu werden, sieht die Deutsche Telekom ihre Aufgabe darin, ihre Stakeholderdialoge weiter zu optimieren. Wir haben hierfür begonnen, ein Stakeholdermanagementsystem zu entwickeln. Es soll den proaktiven Austausch mit internen und externen Stakeholdern erleichtern und uns helfen, unsere Stakeholderdialoge systematisch zu pflegen sowie die interne und externe CR-Kommunikation darauf abzustimmen. Wir erwarten uns von dem Managementsystem eine Zunahme der Transparenz unserer Stakeholderkommunikation und wichtige Hinweise zu erfolgreichen und zu priorisierenden Dialogen.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

📍 104 Unsere vielfältigen Dialogforen

✔ Social Responsible Investment.

Die Deutsche Telekom steht mit der Stakeholdergruppe der Investoren traditionell in einem intensiven Dialog zu CR-relevanten Themen. Wir veranstalten regelmäßig Roadshows mit CR-Schwerpunkt an den wichtigsten internationalen Finanzplätzen. Wir stellen uns auf Investorenmessen den Fragen von Finanzanalysten und Fondsmanagern und beteiligen uns an Expertenworkshops. In den Gesprächen, die wir dabei mit vielen Investoren führten, erfuhren wir seit dem dritten Quartal 2008 nicht nur seitens der Social-Responsible-Investment-(SRI-)Analysten und Manager nachhaltiger Investmentfonds ein verstärktes Interesse an CR-Themen.

SRI gewinnt an Bedeutung. Die Verunsicherung der Finanzmärkte scheint dazu zu führen, dass SRI zunehmend als zuverlässige Investmentstrategie erkannt wird. Laut Angaben des Sustainable Business Instituts (SBI, Oestrich-Winkel) hat die Zahl der nachhaltigen Fonds in Deutschland, Österreich und der Schweiz bis Ende des Jahres 2008 weiter zugenommen. 2008 seien allein 50 nachhaltige Fonds neu zugelassen worden. Insgesamt repräsentierten zum 31. Dezember 2008 in den genannten Ländern 274 Fonds ein nachhaltig orientiertes Investment in ihren Fondsaktivitäten. Auch wenn das im Vergleich zu angelsächsischen Ländern immer noch wenig ist, weist SRI hier wie dort noch großes Entwicklungspotenzial auf: SRI-Kriterien aus den Bereichen Umwelt, Gesellschaft und Governance (ESG) werden von Ratingagenturen als „Intangibles“ in die Unternehmensanalyse aufgenommen und bei uns entsprechend angefragt. Zugleich haben einige Großbanken begonnen, SRI in ihren Geschäftstätigkeiten verstärkt zu berücksichtigen. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklung und angesichts der soliden Finanzierung des Konzerns sieht die Deutsche Telekom die Krise an den Finanzmärkten als Chance und intensiviert ihre Kontakte mit Investoren und Analysten.

✔ SRI-Roadshows.

Im Brennpunkt unserer SRI-Strategie steht der intensive Dialog mit Analysten und Investoren. Das Instrument der SRI-Roadshows hat sich dabei als zielführend erwiesen. Im Zeitraum von März 2008 bis März 2009 haben wir vier umfassende Roadshows in Europa und den USA durchgeführt. Im Rahmen dieser Roadshows führten wir über 30 Gespräche mit Investoren. Im zweiten Quartal 2008 sowie im September 2008 präsentierten wir SRI-relevante CR-Themen in Frankfurt, London und Paris. Im November 2008 führte uns eine Roadshow nach Boston, New York und Washington. Darüber hinaus haben wir im April 2008 an einem Workshop zum Thema SRI in New York teilgenommen, der vom National Investor Relations Institute (NIRI) organisiert wurde.

Seit Jahren lassen wir unsere CR-Performance durch renommierte in- und ausländische Ratingagenturen messen. Die Ergebnisse bspw. im SAM/DJSI World & DJSI STOXX bestätigen, dass der Konzern im internationalen Vergleich zu den Branchenbesten gezählt wird. Auch die Kriterien der Prime-Indizes von oekom, Vigeo, imug/EIRIS, Sarasin und scoris werden

von der Deutschen Telekom seit 2007 ausnahmslos erfüllt.  Siehe auch Seite 50. Auf der Grundlage von Analystengesprächen und Ratingergebnissen führen wir GAP-Analysen durch und entwickeln Maßnahmenvorschläge zur Verbesserung der CR-Performance des Konzerns.

Die SRI-Themen der Deutschen Telekom. Die Themenauswahl der ersten Roadshows ging zunächst von der Deutschen Telekom aus. Inzwischen haben sich die Gesprächsschwerpunkte im Dialog weiterentwickelt. Auf großes Interesse stießen die interne Entwicklung und strategische CR-Ausrichtung unseres Konzerns. Personalumbau und Weiterbildung stehen genauso wie Klimaschutz ganz oben auf der Skala der nachgefragten Themen. Auch die Rücknahme von Geräten und Recycling sowie Innovation und Nachhaltigkeit stellen aus der Sicht der Analysten wichtige Kriterien dar. Unsere Lieferkette wird insbesondere im Hinblick auf die Menschenrechte unter die Lupe genommen. Im Hinblick auf unsere Wettbewerbsfähigkeit werden Themen wie Kundenschwund und Servicequalität angefragt. Nicht zuletzt aufgrund der Ereignisse im Jahr 2008 stellen unsere Gesprächspartner auch beim Schutz von Kundendaten hohe Anforderungen an die Deutsche Telekom.

Erneuerung der SRI-Strategie der Deutschen Telekom. Die Deutsche Telekom berücksichtigt die sich verändernde Lage auf den Finanzmärkten und die Aufwertung von CR-Themen bei der Weiterentwicklung ihrer SRI-Strategie. Diese soll mit der CR-Strategie eng verzahnt sein und die dort entwickelten KPI für den SRI-Dialog nutzen. Mit den KPI wollen wir neben vier anderen CR-relevanten Bereichen unsere Performance in den CR-Handlungsfeldern „Connected Life and Work“, „Connect the Unconnected“ und „Low Carbon Society“ abbilden. Um die Kommunikation leicht und möglichst illustrativ zu gestalten, wollen wir ein Portal (Dashboard) einrichten, in dem wir neben den KPI auch die Bewertungen relevanter Ratingagenturen und Listings auf SRI-Indizes berücksichtigen.

Compliance.

Das Geschäft der Deutschen Telekom beruht auf Integrität und Compliance, der Übereinstimmung mit Gesetzen und Vorschriften sowie internen Richtlinien und Verhaltenskodizes. Compliance stellt eine Mindestanforderung an eine gute und verantwortungsvolle Unternehmensführung dar und ist damit auch Grundelement unserer CR. Nur mit einem integeren Auftreten sowie konsequenter Prävention und Sanktionierung von Fehlverhalten können wir Haftungsrisiken und sonstige Rechtsnachteile für den Konzern wie für seine Mitarbeiter vermeiden. Für alle Aktivitäten unserer Beschäftigten gilt außerdem ein konzernweit verbindlicher Code of Conduct. Er stellt nicht nur die Übereinstimmung mit Recht und Gesetz sicher, sondern fordert als Ethikkodex auch die Integrität und Loyalität unserer Mitarbeiter gegenüber dem Unternehmen und seinen Stakeholdern ein.

Konzernweite Compliance-Organisation. Bereits im Jahr 2005 hatte 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. Auch die Fortentwicklung unseres Whistleblower-Prozesses und die Koordinierung unseres Anti Fraud Managements gehören zu ihren Aufgaben.

Mit der Schaffung des Vorstandsressorts Datenschutz, Recht und Compliance im Oktober 2008 ist der Bereich Compliance noch stärker in der Führungsstruktur der Deutschen Telekom verankert worden. Das 2005 gegründete Compliance Committee, das den Vorstand bei der Erfüllung seiner Aufgaben unterstützt, die notwendigen Strukturen für ein funktionsfähiges Werte- und Compliance Management einzurichten, wurde damit ebenfalls aufgewertet. Mitglieder des Compliance Committees sind erfahrene Führungskräfte der Bereiche Compliance, Recht, Konzernrevision, Konzernsicherheit und Personal. Der vom Vorstand ernannte Chief Compliance Officer hat den Vorsitz des Compliance Committees inne. Er berichtet an den Konzernvorstand sowie direkt an das Audit Committee und den Aufsichtsrat. In den strategischen Geschäftsfeldern wurde jeweils ein Compliance Officer benannt.

Konzerner eigener Code of Conduct. Seit 2006 gilt für alle Beschäftigten der Deutschen Telekom ein schriftlich fixierter, verbindlicher Code of Conduct. Auch er soll 2009 im Rahmen des erneuerten Compliance Managements und im Zuge der Einführung der „Guiding Principles: Leitlinien für die Unternehmenskultur der ‚Neuen Telekom‘“ überarbeitet und ergänzt werden. So sollen die neuen Guiding Principles unserer Unternehmenskultur darin für die Beschäftigten konkretisiert werden. Beispielhafte Anwendungen der Normen sollen den theoretischen Teil ergänzen und für mehr Anschaulichkeit sorgen.

Compliance Days. Im Dezember 2008 und März 2009 veranstaltete die Deutsche Telekom zwei „Compliance Days“ mit Teilnehmern aus sämtlichen internationalen Beteiligungen zum Thema Compliance. Die Tagungen dienten dem Ziel, den sich mit der zunehmenden Globalisierung verändernden Anforderungen an Compliance besser gerecht zu werden und ein gemeinsames Rollenverständnis innerhalb der konzernweiten Compliance-Organisation zu entwickeln. Der organisatorische Aufbau und die dazugehörigen Managementprozesse, die Bildung von themenbezogenen Netzwerken sowie Schulungsprogramme und der Austausch von Best Practice gehörten zu den Arbeitsschwerpunkten.

Bewusstseinsbildung für Compliance. Die Deutsche Telekom arbeitet kontinuierlich daran, ihr Compliance-Managementsystem zu verbessern. Dies schließt externe Analysen sowie die weitere Sensibilisierung und Schulung der Beschäftigten des Konzerns mit ein. Die aktuellen Arbeitsschwerpunkte des Compliance Managements reichen vom Anti Fraud Management über die Bereitstellung von diskreten Kommunikationskanälen für Hinweisgeber bis zu erweiterten Schulungs- und Trainingsprogrammen.

Ferner steht die Internationalisierung des Compliance Managements im Rahmen von Kampagnen und Schulungen auf der Agenda. Stärkere Berücksichtigung soll der Aspekt der Risikoprävention erhalten.

Im Rahmen ihres Compliance Managements legt die Deutsche Telekom verstärkt Wert auf die Bewusstseinsbildung. Wir wollen Compliance und Integrität immer mehr in unserer gelebten Unternehmens- und Führungskultur verankern. Wir haben hierzu im Oktober 2008 in Deutschland eine Kampagne unter dem Motto „Compliance auf gut deutsch“ gestartet. Darüber hinaus haben wir internationale Schulungsprogramme aufgelegt. Einen Schwerpunkt bilden dabei maßgeschneiderte Präsenztrainings – Schulungen, die die physische Anwesenheit der Teilnehmer erfordern – sowie E-Learning-Angebote zum Thema Anti-Korruption. 15 000 Mitarbeiter nahmen bisher an dem E-Learning „Sensibilisierung zur Korruptionsvermeidung“ teil. Weiterhin planen wir, das auf nationaler Ebene laufende Anti-Korruptions-Schulungsprogramm auch international umzusetzen.

Daneben sind in Deutschland Präsenztrainings für Vorstand, Topmanagement und ausgewählte Bereiche angelaufen. Bis März 2009 wurden insgesamt 51 dieser Schulungseinheiten absolviert. Seit Februar 2009 werden auch international Präsenztrainings durchgeführt.

Im Oktober 2008 wurde durch die Implementierung eines Compliance Consultation Desks eine zentrale Anlaufstelle geschaffen, die alle Mitarbeiter bei Compliance-relevanten Fragestellungen kontaktieren können.

Datenschutz und Datensicherheit. Die Deutsche Telekom verwaltet allein in Deutschland persönliche Daten von Millionen Menschen. Sie benötigt diese Daten, um ihr Geschäft abzuwickeln und um guten Service bieten zu können. Damit trägt sie zugleich eine große Verantwortung für den Schutz der Daten. Seit jeher betreiben wir erheblichen Aufwand, um die Daten unserer Kunden zu sichern. Als im Oktober 2008 bekannt wurde, dass im Jahr 2006 bei T-Mobile dennoch 17 Millionen Kundendaten entwendet worden waren, haben wir umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um unser Datenschutz- und Datensicherheitsniveau mit langfristiger Wirkung deutlich zu verbessern.

Wir sorgten mit der Einführung des Vorstandsressorts für Datenschutz, Recht und Compliance im Oktober 2008 für die konzernweite Aufwertung des Datenschutzes. Weiterführende Informationen zum Datenschutz enthält der Datenschutzbericht 2008 der Deutschen Telekom AG.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

-  **105** Code of Conduct
-  **106** Anti Fraud Management
-  **107** Hinweisgeberportale
-  **108** Datenschutz



Fortschritte in der Lieferantenentwicklung.
Andreas Kröhling vom Konzern Einkauf freut sich über Zulieferer, die verstehen, dass die Einhaltung nachhaltiger Beschaffungskriterien Vorteile für Kunden, Lieferanten, Beschäftigte und Umwelt bringt.



Lieferantenbeziehungen.

Als eines der größten Unternehmen der Informations- und Kommunikationstechnologie-(ICT-)Branche, das im Bereich Corporate Responsibility (CR) international eine führende Rolle einnimmt, sehen wir uns mit Blick auf unsere Wertschöpfungskette in besonderer Verantwortung. Diese nehmen wir nicht nur innerhalb des eigenen Hauses wahr, sondern durch unsere eigenen Umwelt- und Sozialanforderungen auch in der Zusammenarbeit mit unseren Lieferanten. Mit einem Beschaffungsvolumen von 21,1 Mrd. € im Jahr 2008 können wir dabei in besonderem Maße Einfluss auf unsere direkten Zulieferer nehmen sowie indirekt auf ihre Lieferanten.

Mit einem Volumen von knapp 3 Mrd. € kommen rund 14 % der von uns direkt beschafften Waren und Dienstleistungen aus Entwicklungs- und Schwellenländern. Noch erheblich höher ist dieser Anteil, wenn indirekte Beschaffungswege miteinbezogen werden. So lassen auch unsere europäischen und nordamerikanischen Lieferanten sowie ihre Zulieferer ihrerseits vielfach in Entwicklungs- und Schwellenländern produzieren. Da soziale und ökologische Standards in diesen Ländern oftmals noch nicht im von uns geforderten Maße berücksichtigt werden, bergen diese Strukturen eigene CR-Risiken. Hervorzuheben ist außerdem der Abbau bestimmter Rohstoffe, die am Anfang der Wertschöpfungskette der gesamten ICT-Branche stehen, wie z. B. Coltan und Platin.

Der unmittelbare Einfluss, den wir bspw. durch Audits direkt bei unseren Lieferanten ausüben, reicht in der Regel nicht aus, um höhere soziale und ökologische Standards in großem Umfang durchzusetzen. Eine wichtige Möglichkeit sehen wir deshalb darin, in Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen der Branche allgemein größere Kompetenz für eine nachhaltige Wirtschaftsweise in Wirtschaft, Politik und Verwaltung aufzubauen und dadurch die Entwicklung auf ein breiteres Fundament zu stellen. Die Deutsche Telekom beteiligt sich deshalb an Initiativen und Projekten, die dies unterstützen.

Strategie zur nachhaltigen Beschaffung.

Um über die gesamte Wertschöpfungskette soziale und ökologische Mindeststandards sicherzustellen, hat die Deutsche Telekom eine umfassende Strategie zur nachhaltigen Beschaffung eingeführt. Bei allen Einkaufsaktivitäten berücksichtigen wir den Deutsche Telekom Code of Conduct sowie unsere Fraud Policy zur Korruptionsbekämpfung. Unsere Lieferanten verpflichten wir darüber hinaus vertraglich auf die Standards unserer 2003 verabschiedeten Sozialcharta. Diese schreibt konzernweit gültige Regeln zu den Themen Menschenrechte, Umwelt, Chancengleichheit, Arbeits- und Gesundheitsschutz sowie Recht auf gewerkschaftliche Vereinigung fest und orientiert sich an den Werten des Global Compacts der Vereinten

Nationen sowie den Leitlinien der International Labour Organization (ILO) und der Organization for Economic Cooperation and Development (OECD). Von unseren Lieferanten fordern wir, die Standards ihrerseits auch auf die eigenen Zulieferer anzuwenden.

Konzernweite Organisation. Das konzernweit wichtigste Gremium für Fragen der nachhaltigen Beschaffung ist die internationale Sustainable Procurement Working Group (SPWG). Ihr gehören Mitarbeiter des Bereichs CR sowie Vertreter aller funktionalen Einkaufsbereiche von Endgeräten über Netze, IT sowie Marketing & Indirect an. Die SPWG entwickelt u. a. Standards für nachhaltige Beschaffung, überwacht die entsprechenden Prozesse, führt regelmäßig Workshops mit den wichtigsten Lieferanten durch und organisiert Weiterbildungs- und Trainingsmaßnahmen. Außerdem stellt sie eigene Key Performance Indikatoren (KPI) auf, mit deren Hilfe sie die nachhaltige Beschaffung steuert. Unmittelbar verantwortlich für die Zusammenarbeit mit den Lieferanten ist jedoch der Einkauf.

Im Berichtszeitraum hat die SPWG in enger Abstimmung mit den Experten des Einkaufs daran gearbeitet, Nachhaltigkeitskriterien noch stärker in die Beschaffungsprozesse zu integrieren. Ziel der SPWG ist es, die Nachhaltigkeit neben den kommerziellen Konditionen und der Qualität als für die Bewertung konkreter Beschaffungsvorgänge wesentliches Element zu etablieren.

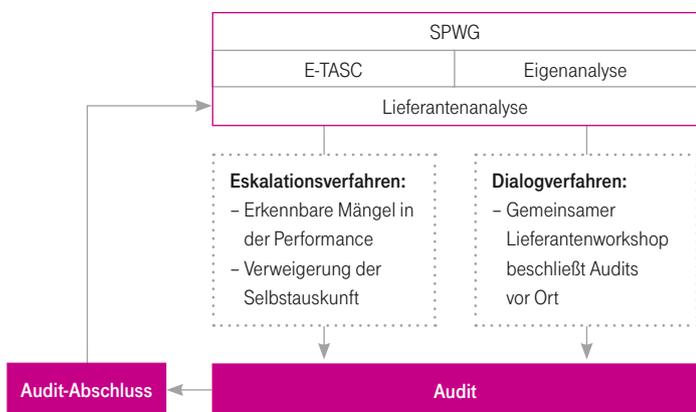
Nachhaltigkeitskriterien sind außerdem in die Lieferantenbewertung mittels der Supplier Scorecard mit eingeflossen, die wir Anfang 2009 neu eingeführt haben und die unseren allgemeinen Prozess der Auswahl und Entwicklung von Lieferanten unterstützt. Die Scorecard enthält insgesamt 25 Performancekriterien, etwa zu Preisniveau, Qualität, Logistik und Technologie. Der Bereich Sustainability Management wird durch die Indikatoren CR-Compliance, CR-Commitment und eine Nachhaltigkeitsrisikobewertung abgedeckt, wobei die benötigten Informationen im Wesentlichen durch einen Fragebogen ermittelt werden. Die drei Indikatoren fließen derzeit noch nicht in die Gesamtbewertung eines Lieferanten ein. Dennoch reduzieren unterdurchschnittliche Ergebnisse in diesen Bereichen die Chancen eines

Lieferanten im Vergleich mit Wettbewerbern deutlich. Bestimmte Einzelkriterien wie z. B. den Verzicht auf Kinder- und Zwangsarbeit müssen Lieferanten außerdem zwingend erfüllen, um mit uns zusammenarbeiten zu können.

Um insgesamt das Verständnis unserer Einkäufer für das Thema Nachhaltigkeit zu verbessern, haben wir im Oktober 2008 ein entsprechendes Online-Trainingstool eingeführt. Der rund 90-minütige Kurs umfasst 18 Fragen, die jeweils zu beantworten sind, nachdem der Teilnehmer den zugehörigen ausführlichen Verständnis- und Informationsabschnitt durchgearbeitet hat. Bis Ende März 2009 schlossen rund 450 Einkäufer die Schulung mit einem Zertifikat ab. 2009 wollen wir den Nutzerkreis im Einkauf weiter ausdehnen. Das Trainingstool soll künftig jährlich aktualisiert werden, um das Wissen unserer Einkaufsmitarbeiter zum Thema Nachhaltigkeit regelmäßig auffrischen zu können. Darüber hinaus bauen wir das Informationsangebot im konzernweiten Einkäuferportal systematisch aus.

Umfassende Bewertung und Auditierung von Lieferanten. Im Rahmen unseres Risiko-Evaluierungsprozesses fordern wir strategisch relevante Lieferanten nach einer Vorprüfung dazu auf, uns detailliert über ihre sozialen und ökologischen Geschäftsbedingungen und Managementsysteme zu informieren. Um bei neuen Lieferanten eventuelle Risiken leichter erkennen zu können, haben wir im Mai 2009 außerdem den Fragebogen für die Präqualifikation von Lieferanten im Bereich Nachhaltigkeit erheblich ausgedehnt.

Der Social-Audit-Prozess der Deutschen Telekom.



Die Ergebnisse der Lieferantenselbstauskunft fließen in das Online-Informationssystem E-TASC (Electronics-Tool for Accountable Supply Chain) ein, das die Deutsche Telekom als Mitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) federführend als branchenweite Lösung mitentwickelt hat. E-TASC unterstützt eine schnelle und einheitliche Nachhaltigkeitsbewertung unserer Lieferanten und die Erkennung von möglichen Risiken.

Nachdem wir Ende 2007 die 40 wichtigsten Lieferanten gebeten hatten, uns über E-TASC Informationen zu ihren sozialen und ökologischen Produktionsbedingungen zur Verfügung zu stellen, streben wir an, dies bis Ende 2009 auf die Top 100 unserer Lieferanten auszuweiten. Die Top 40 decken rund 52 % unseres Einkaufsvolumens ab, die Top 100 über 60 %. Derzeit nutzen auch Magyar Telekom und T-Mobile UK das System, um ihre Lieferanten auf CR-Risiken zu überprüfen. Wir streben an, den Anteil der ausländischen Tochtergesellschaften, die E-TASC nutzen, weiter zu erhöhen.

Lieferantenaudits vor Ort. Die Lieferantenselbstauskunft, aber auch Berichte etwa von namhaften Nichtregierungsorganisationen (NGO), der Presse oder Informationen aus Vor-Ort-Beobachtungen können Hinweise auf besondere Nachhaltigkeitsrisiken bei unseren Lieferanten oder deren eigenen Zulieferern geben. In diesen Fällen führen wir auch Vor-Ort-Überprüfungen im Rahmen von Social Audits durch. Dies gilt für aktuelle Lieferanten, aber ebenso für Unternehmen, mit denen wir erst eine Geschäftsbeziehung anstreben.

Im konstruktiven und vertrauensvollen Dialog mit den Lieferanten führen im Rahmen der Audits Experten der Deutschen Telekom Gespräche mit Firmenleitungen, Fachabteilungen und Beschäftigten. Hinzu kommen jeweils Begehungen von Gebäuden und Betriebsgelände. Von den Unternehmen wird anschließend in einem festgelegten Zeitrahmen die Erstellung eines Aktionsplans zur Behebung erkannter Mängel und Probleme erwartet, dessen Umsetzung in der Folge ebenfalls überprüft wird. Die Ergebnisse der Audits leitet die SPWG, die den gesamten Prozess unterstützt, an den Einkauf weiter. Die Tabelle im CR-Onlinebericht enthält Details zu den 2008 durchgeführten Audits. Auf den verschiedenen Handlungsfeldern stellt sie die festgestellten Mängel, daraus resultierende Handlungsempfehlungen sowie weitere Informationen zu deren konkreter Umsetzung dar.

Im Jahr 2008 haben wir bei drei Unternehmen in Taiwan, der Volksrepublik China und Mexiko vor Ort Lieferantenaudits durchgeführt. Dabei handelte es sich um zwei aktuelle und einen potenziellen Lieferanten der Deutschen Telekom, die Endgeräte für den Mobilfunk herstellen und auch wiederaufbereiten. In Mexiko und Taiwan wurden im Rahmen der Audits vor allem Mängel bei Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit aufgedeckt und Verbesserungen direkt mit den Verantwortlichen besprochen. In Taiwan waren außerdem Probleme bei den Arbeitsbedingungen, insbesondere durch überlange Arbeitszeiten, ein wichtiges Thema.

Die größten Mängel offenbarten sich in der Volksrepublik China. Insbesondere zeigte das Management eines dort besuchten Unternehmens wenig Bewusstsein und Offenheit für Nachhaltigkeitsfragen. Die Auditoren empfahlen daher dringend, in diesem Bereich größere Sensibilität aufzubauen. Das Unternehmen ist allerdings noch kein aktueller Zulieferer der Deutschen Telekom.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 **201** Tabelle zu den wesentlichen Feststellungen und erzielten Verbesserungen der Audits 2008

Aufbau von Nachhaltigkeitskompetenz in China.

Unsere Audits bei Unternehmen vor Ort und die mit ihnen verbundenen Anstöße und Maßnahmen wirken allerdings in der Regel nur sehr begrenzt auf die Branche der Zulieferer insgesamt. Um im Zuge der Lieferantentwicklung auf breiter Ebene Verbesserungen der sozialen und ökologischen Bedingungen zu erreichen, sind weitere Maßnahmen erforderlich. Die Deutsche Telekom setzt sich daher in den Ländern ihrer Zulieferer auch allgemein für mehr Nachhaltigkeit ein. Dabei unterstützen wir Initiativen, die insbesondere in Entwicklungs- und Schwellenländern den Aufbau entsprechender Kompetenz und des notwendigen Know-hows in Wirtschaft, Politik und Verwaltung fördern.

Impulse für kleine und mittlere Unternehmen. So beteiligen wir uns derzeit in China als alleiniger Projektpartner aus der Industrie an einem von der EU geförderten Projekt des Deutschen Industrie- und Handelskammertages (DIHK), das unter dem Titel „Switch China“ die Umwelt- und Sicherheitssituation in der chinesischen Elektro- und Elektronikindustrie verbessern soll. Ziel ist es, in über 500 kleinen und mittleren Unternehmen der Branche Ökoeffizienz, Gesundheitsschutz und Arbeitssicherheit sowie die gesellschaftliche Verantwortung zu steigern. Projektpartner sind das China National Institute of Standardization (CNIS), das China Standards Certification Center (CSC) und das Chinese Institute of Electronics (CIE).

Kompetenz für Industrie und Administration. Innerhalb von „Switch China“, das im April 2009 startete und auf vier Jahre angelegt ist, werden u. a. Richtlinien und Fallstudien entwickelt, Schulungen, freiwillige Audits und Bewertungen durchgeführt sowie regionale Workshops veranstaltet. Dahinter steht nicht nur die Absicht, die Managementqualität chinesischer Zulieferer mit Blick auf die Nachhaltigkeitsanforderungen europäischer Abnehmer zu erhöhen und so entsprechende Partnerschaften zu festigen. Vielmehr soll das Projekt auch die Kompetenz der chinesischen Politik sowie der Audit- und Zertifizierungsorgane des Landes verbessern, mit europäischen Standards für Unternehmensverantwortung, Ökoeffizienz sowie Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz umzugehen.

Als ein im Bereich CR führendes Unternehmen bringt sich die Deutsche Telekom mit ihrem Know-how aktiv in die Projektarbeit ein. So fördern wir z. B. den Dialog mit wichtigen europäischen Experten und Stakeholdern und tragen zur Entwicklung von Richtlinien und Standards etwa zu Ökoeffizienz und Arbeitssicherheit bei. Außerdem stellen wir Schulungsmaterial zur Verfügung und unterstützen die Koordinierung und Durchführung der Trainingsmaßnahmen für die beteiligten 500 Unternehmen.

Workshops unterstützen kooperativen Dialog.

Ein weiteres Instrument für den von der Deutschen Telekom angestrebten kooperativen Dialog auf der Beschaffungsseite sind spezielle Workshops, die die SPWG seit 2006 regelmäßig durchführt. In ihnen arbeiten wir gemeinsam mit strategisch wichtigen Toplieferanten an Lösungen und Verbesserungen für Nachhaltigkeitsfragen.

2008 haben wir drei Workshops mit Lieferanten aus den Bereichen Netzwerkausrüstung und mobile Endgeräte durchgeführt. Dabei konnte die Deutsche Telekom ihre Nachhaltigkeitsanforderungen ausführlich vorstellen. Außerdem dienten die Veranstaltungen dem Austausch von Erfahrungen und Best-Practice-Beispielen. Konkret haben wir mit den Lieferanten bspw. umweltfreundliches Produktdesign, Energieeffizienz, die Messung von CO₂-Emissionen und deren Zuordnung zu verschiedenen Produkten, den Umgang mit Elektronikschrott sowie die Einführung gemeinsamer KPI diskutiert.

Aus den Workshops entwickeln sich häufig vertiefende gemeinsame Initiativen und Projekte. So arbeiten wir derzeit bspw. mit ausgewählten Lieferanten daran, die Transparenz der CO₂-Emissionen, die über die gesamte Lieferkette entstehen, zu verbessern. Die Ergebnisse dieser Zusammenarbeit wollen wir insbesondere dazu nutzen, eigene Instrumente zur Messung des CO₂-Fußabdrucks („Carbon Footprint“) sowie eine konzernweite Carbon-Footprint-Strategie über die gesamte Wertschöpfungskette zu entwickeln.  **202**

Multistakeholderdialog zur nachhaltigen Beschaffung. Auf Initiative der SPWG haben wir 2008 zum ersten Mal einen „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ durchgeführt. Die Premiere stand dabei unter dem Motto „Nachhaltiges Beschaffungswesen als globale Herausforderung“. Die Folgeveranstaltung ist im Mai 2009 geplant und wird erneut Lieferanten, Analysten für Social Responsible Investment (SRI), Mitarbeiter, Vertreter von NGO und Wissenschaftler zusammenbringen. Die Deutsche Telekom will dabei ihr Verständnis für die Bedürfnisse und Interessen ihrer Stakeholder weiter verbessern. Im Jahr 2009 wird der „Sustainable Procurement Stakeholder Dialog Day“ u. a. die Möglichkeiten und Grenzen des Beschaffungswesens bei der Entwicklung nachhaltig wirtschaftender Unternehmen beleuchten. Als Themen, die in parallelen Arbeitsgruppen behandelt werden, sind „Rohstoffabbau & ICT“, „Produktinnovationen für eine CO₂-arme Gesellschaft“ sowie „Management von Elektronikschrott“ vorgesehen.

Menschenrechte und soziale sowie ökologische Bedingungen bei der Rohstoffgewinnung.

Am Beginn der Wertschöpfungskette der ICT-Branche stehen zahlreiche Industriemetalle, die für die Herstellung von Elektronikprodukten benötigt werden. Zwar schafft der Abbau der entsprechenden Rohstoffe in den Förderländern auch Arbeitsplätze und Einkommen. Die Kampagne „makeITfair“, die auf Initiative von überwiegend europäischen NGO entstand, kritisiert jedoch die in vielen Entwicklungsländern auftretenden schwerwiegenden Konflikte, Menschenrechtsverletzungen und Umweltschäden. So steht bspw. der Abbau von Coltan (Tantalerz) eng mit dem Ausbruch des Bürgerkriegs im Kongo in Zusammenhang. In Sambia und dem Kongo sind die Arbeiter bei der Gewinnung und Weiterverarbeitung von Kobalt erheblichen Gesundheits- und Arbeitssicherheitsgefahren ausgesetzt. Gold wird häufig, insbesondere in Südafrika, unter Verwendung von giftigem Zyanid abgebaut, das dabei Boden und Grundwasser kontaminieren kann. Zudem werden beim Rohstoffabbau in diesen Regionen vielfach Kinder als billige Arbeitskräfte missbraucht. Von den Herstellern von Elektronikprodukten wird deshalb die Übernahme von Verantwortung auch für ihre Rohstoff-Zulieferkette verlangt, zumal diese in Entwicklungsländern häufig von ausländischen Unternehmen kontrolliert wird.

Netzwerkarbeit für die Menschenrechte. Die Deutsche Telekom ist als Verkäufer und Nutzer von Elektronikprodukten zwar nur indirekt mit dem Rohstoffabbau verbunden, dennoch sehen wir insbesondere die Menschenrechtsprobleme in diesem Bereich. Das Bekenntnis zu den Menschenrechten erneuerte der Vorstandsvorsitzende der Deutschen Telekom, René Obermann, im Dezember 2008 in einem offiziellen Schreiben an Mary Robinson, Präsidentin der „Ethical Globalization Initiative“, anlässlich des 60. Jahrestages der Menschenrechtserklärung der Vereinten Nationen. Ein weiterer wichtiger Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsengagements ist unser Bekenntnis zum Global Compact der Vereinten Nationen. Dem Pakt mit seinen Prinzipien zu Menschenrechten, Arbeitsnormen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung sind wir bereits im Jahr 2000 beigetreten. Seither bringen wir uns auch in die mit dem Global Compact verbundene nationale und internationale Netzwerkarbeit ein.  Siehe auch Seite 59 ff.

Klare Position zur Rohstoffgewinnung. Die mit dem Rohstoffabbau in Zusammenhang stehenden Menschenrechts-, Sozial- und Umweltprobleme sind nach unserer Einschätzung besonders schwerwiegend. Aus diesem Grund haben wir 2009 ein umfassendes „Statement on Extractives“ abgegeben, das unsere Rolle als Mitglied der ICT-Branche beschreibt sowie auf Maßnahmen eingeht, mit denen wir zur Verbesserung der Situation beitragen wollen. Dazu zählen die Verpflichtung der Lieferanten auf unsere Sozialcharta sowie unsere entsprechende Forderung in Bezug auf ihre Sublieferanten. Von unseren Toplieferanten verlangen wir außerdem eigene Grundsätze zum Abbau von Industriemetallen, anhand derer wir die Einhaltung

unserer Sozialcharta besser einschätzen können. Liegen solche Grundsätze nicht vor, so bestehen wir darauf, dass der Lieferant Maßnahmen entwickelt und umsetzt, die uns dabei unterstützen, mit dem Rohstoffabbau verbundene Risiken so weit wie möglich zu reduzieren.

Ein wichtiges Handlungsfeld sehen wir außerdem in der Suche nach Alternativen für bestimmte Rohstoffe. Unsere Lieferanten ermutigen wir deshalb dazu, umweltfreundliche Materialien zu verwenden. Auf diese Weise wollen wir die Nachfrage nach Rohstoffen, deren umwelt- und sozialverträgliche Nutzung besonders schwer durchzusetzen ist, reduzieren oder sie sogar vollständig ersetzen.

Beteiligung an Brancheninitiativen. Zugleich sind wir jedoch davon überzeugt, dass die mit dem Rohstoffabbau verbundenen Probleme ein branchenweites Thema sind, dem sich Hersteller und Netzbetreiber gemeinsam stellen müssen. Die Deutsche Telekom beteiligt sich weltweit bereits an über 50 Initiativen, die für größere Nachhaltigkeit in der ICT-Branche eintreten. Richtungweisend ist hier die Global e-Sustainability Initiative (GeSI), die das Thema Industriemetalle in der ICT-Branche schon seit Längerem bearbeitet. Im Jahr 2008 gab sie eine Erklärung ab, in der sich die Mitgliedsunternehmen zur Zusammenarbeit mit ihren Lieferanten verpflichten, um bestimmte Sozial- und Umweltstandards einzuhalten. Zugleich erkennen sie an, dass sie die Standards entlang der gesamten Lieferkette beeinflussen können und die entsprechenden Möglichkeiten aktiv untersuchen wollen.

Im Juni 2008 veröffentlichte GeSI unter dem Titel „Social and Environmental Responsibility in Metals Supply to the Electronics Industry“ eine in Auftrag gegebene Studie, die sich mit den Umwelt- und Sozialbedingungen sowie deren Verbesserungsmöglichkeiten bei der Rohstoffgewinnung von Aluminium, Kobalt, Kupfer, Gold, Palladium und Zinn beschäftigt. Die Ergebnisse wurden im November 2008 mit Stakeholdern, darunter insbesondere Vertretern des Bergbausektors, diskutiert.

Die Empfehlungen der Studie, das Stakeholderfeedback sowie die Reaktionen der Mitgliedsunternehmen von GeSI fließen in die weitere Arbeit einer Arbeitsgruppe der Initiative ein. 2009 soll die Arbeitsgruppe den Prozess der Stakeholderbeteiligung weiterentwickeln sowie Modelle für größere Transparenz in den Lieferketten von Zinn, Tantal und Kobalt erarbeiten, die es ermöglichen, Verhaltensregeln und CR-Programme von Unternehmen in diesem Bereich besser einzuschätzen. Darüber hinaus wird die Arbeitsgruppe die Perspektiven für Metallrecycling und Produktverantwortung genauer untersuchen. Die Ergebnisse sollen in Gespräche mit weiteren ICT-Unternehmen sowie mit Vertretern der Recyclingbranche und den Produzenten von Industriemetallen einfließen.

SRI-Ratings würdigen Beschaffungspolitik. Mit unserem Engagement für Nachhaltigkeit auf der Beschaffungsseite und unserer nachhaltigen Beschaffungspolitik zählen wir in unserer Branche zu den führenden Unternehmen. Dies bestätigen u. a. die Ergebnisse führender Ratingagenturen für sozial verantwortliche Investments (Social Responsible Investment – SRI). Bei der schweizerischen SAM und den deutschen Agenturen oekom

und scoris haben wir im Jahr 2008 unsere bereits guten Ergebnisse nochmals verbessert. Im SAM Corporate Sustainability Assessment erreichten wir bei dem Kriterium „Standards for Suppliers“ mit 92 % sogar den höchsten Wert innerhalb unserer Industry Group. Dabei lagen wir weit über dem Branchendurchschnitt von 60 %. Auch dies ist für uns ein Ansporn, die Nachhaltigkeit unserer Lieferbeziehungen weiter zu stärken.

Blickpunkt

Interview mit Ling Haifeng, Vize-Präsident Huawei Europa.

► Huawei Technologies ist ein führender Hersteller von Telekommunikationsprodukten der nächsten Generation und bedient heute 36 der Top-50-Telekommunikationsanbieter in über 100 Ländern mit über einer Milliarde Nutzern weltweit. Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, seinen Kunden sowohl innovative und kundenspezifische Produkte, Dienste und Lösungen als auch langfristige Partnerschaften anzubieten. Der Umsatz erreichte im Jahr 2008 insgesamt 23,3 Mrd. USD, davon kamen 75 % vom internationalen Markt. Huawei begreift sich als ein gesellschaftlich engagiertes Unternehmen und bekennt sich zu seiner sozialen Verantwortung. Huawei ist Mitglied der Global e-Sustainability Initiative (GeSI), die es sich zum Ziel gemacht hat, Nachhaltigkeit in der ICT-Branche durch Innovation zu erreichen.



Bitte beschreiben Sie Ihre Kooperation mit der Deutschen Telekom. Seit 2005 pflegen die Deutsche Telekom und Huawei enge Geschäftsbeziehungen im Bereich der Beschaffung. Durch die Zusammenarbeit haben wir ein gemeinsames Verständnis entwickelt, sodass beide Unternehmen in diesem Geschäftsbereich inzwischen erfolgreich miteinander kooperieren. Die Aktivitäten umfassen Beteiligungen an Ausschreibungen, gemeinsame Klärungsworkshops und Audits – auch vor Ort an unseren Produktionsstätten.

Wie stellen Sie in Ihrem Unternehmen sicher, dass alle Kriterien im Bereich der Corporate Responsibility erfüllt werden? Wir haben ein vollständiges Corporate-Social-Responsibility-Managementsystem implementiert, das alle Prozesse mit unseren Lieferanten bewertet und kontrolliert. Zudem haben wir eine Reihe zertifizierter Managementsysteme eingeführt, wie etwa EHS, ISO 14001, SA8000, ISO 9001. Außerdem haben wir eine Huawei-CSR-Richtlinie für die Beschaffung entwickelt, die auf dem SA8000 und anderen internationalen Standards basiert. Alle Zulieferer wurden verpflichtet, die CSR-Beschaffungsrichtlinie zu befolgen. Bei Nichteinhaltung droht eine Beendigung der jeweiligen Kooperation. Es ist für uns sehr wichtig, dass die Huawei-Lieferanten alle Kriterien unserer CSR-Beschaffungsrichtlinie einhalten und erfüllen.

Warum unterstützen Sie gemeinsam mit der Deutschen Telekom das Projekt „Switch China“? Dieses nützliche Projekt wird dabei helfen, Umwelt- und Arbeitssicherheitsstandards in der chinesischen Elektronikindustrie zu verbessern. Wir freuen uns sehr, dass die Deutsche Telekom uns gebeten hat, an diesem Projekt teilzunehmen. Wir sind davon überzeugt, dass wir auf diese Art unsere Erfahrungen im Bereich Ökoeffizienz, Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit und CSR transferieren und dazu beitragen können, dass sich chinesische Klein- und Mittelständische Betriebe im Elektroniksektor in diesem Themenfeld verbessern.

Außerdem helfen diese Aktivitäten, die Aufmerksamkeit für CSR in China zu erhöhen und die Position der chinesischen Industrie zu stärken. Wir sind daher sehr froh und stolz, dass wir die Deutsche Telekom beim „Switch China“-Projekt, das von der Europäischen Kommission getragen wird, unterstützen dürfen.



Was er anfasst, hat Zukunft:

Rahul Swaminathan (Deutsche Telekom Laboratories) gehört zu den Talenten unseres Unternehmens, denen wir unsere Innovationskraft und zukunftsfähigen Lösungen verdanken.



Verantwortung vor Ort.

Das Engagement für unsere Beschäftigten, für eine ressourceneffiziente betriebliche Infrastruktur sowie für die Zukunftsfähigkeit unseres Unternehmens stellt einen zentralen Abschnitt unserer Wertschöpfungskette dar. Daher leben wir Verantwortung vor Ort – im Konzern selbst, an unseren Standorten weltweit und in der Gesellschaft.

Der persönliche und engagierte Einsatz eines jeden Beschäftigten ist Voraussetzung für den langfristigen Erfolg unseres Konzerns. Wir setzen uns konzernweit dafür ein, allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ein attraktives, motivierendes Arbeitsumfeld zu bieten. Ein langfristiges Bestehen am Markt ist zudem abhängig von unserer Innovationskraft. Unser Engagement in wegweisende und international vernetzte Forschung sichert dabei nicht nur die Zukunftsfähigkeit unseres Konzerns, es leistet auch einen wichtigen Beitrag für die Zukunftsfähigkeit unserer heutigen Wissens- und Informationsgesellschaft. Darüber hinaus können wir nur langfristig und nachhaltig wirtschaften, wenn unsere Wertschöpfung im Konzern auf energie- und ressourceneffizienten Infrastrukturen und Prozessen basiert. Wir setzen uns deshalb aktiv dafür ein, einen wirkungsvollen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten und den Weg hin zu einer „Low Carbon Society“ maßgeblich mitzuprägen.

Unser Engagement vor Ort reicht aber auch über die Grenzen der betrieblichen Wertschöpfung hinaus – denn wir sind ebenso Teil der Gesellschaft und engagieren uns für diese. Eines unserer wichtigsten Ziele ist es hierbei, durch unsere wirtschaftliche Kraft und unser Wissen allen Menschen die Teilhabe an der Wissens- und Informationsgesellschaft zu ermöglichen.

Engagement für unsere Beschäftigten.

Auf dem Weg zur „Neuen Telekom“ führt die Deutsche Telekom 2008 den Wandel von der klassischen Telefongesellschaft zu einem weltweit führenden Serviceanbieter für vernetztes Leben und Arbeiten entschlossen fort. Dies stellt sowohl für das Unternehmen wie auch für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleichermaßen Herausforderung und Perspektive dar und erfordert weitreichende Weiter- und Fortbildungsmaßnahmen. Aus dieser Notwendigkeit resultieren für viele Mitarbeiter neue Karrierechancen und Möglichkeiten der Weiterentwicklung.

Um die neu entstehenden Anforderungen an die Beschäftigten zu identifizieren und zu planen, haben wir das Projekt „Qualität des Personalkörpers“ initiiert. Dank der so geschaffenen Transparenz können wir frühzeitig und zielgerichtet auf Engpässe bei geschäftskritischen Qualifikationen und Schulungsnotwendigkeiten reagieren und notwendige qualitative, quantitative oder zeitliche Anpassungen in der Belegschaft besser vornehmen. Somit stellen wir sicher, dass unsere Mitarbeiter für ihre Aufgaben immer top qualifiziert sind.  301

Neben der Qualifizierung unserer Mitarbeiter, der Förderung von Leistungsträgern und der Begünstigung eines gesunden Gleichgewichts zwischen Berufs- und Privatleben steht für uns auch die Stärkung der kulturellen Vielfalt im Vordergrund. Mehr als die Hälfte unserer 260 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter (Stand: 30. März 2009) leben und arbeiten außerhalb Deutschlands. Dies bietet uns die Möglichkeit eines Austauschs über Ländergrenzen hinweg. Diesen bauen wir kontinuierlich aus und profitieren so von dem Wissen und den Erfahrungen aller Kollegen weltweit.

Talente entwickeln. Wir bieten jungen Menschen in Deutschland eine erstklassige – regelmäßig mit Bestnoten ausgezeichnete – Ausbildung. Mit aktuell etwa 11 000 Auszubildenden und dualen Studenten bilden wir weit über Bedarf aus und tätigen so ein großes Investment für die Gesellschaft. 2008 konnte die Deutsche Telekom über 3 100 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, davon rund 1 400 Nachwuchskräfte aus der eigenen Ausbildung, unbefristet einstellen. Weitere knapp 930 Nachwuchskräfte wurden – mit der Chance auf unbefristete Übernahme – zeitlich befristet übernommen. Für 2009 planen wir in Deutschland – abhängig von der wirtschaftlichen Entwicklung unserer Geschäftssegmente – bis zu 3 500 Neueinstellungen, davon ca. 1 800 Nachwuchskräfte.

Um Spitztalente aus der eigenen Ausbildung langfristig und frühzeitig an unser Unternehmen zu binden, zeigen wir den besten Auszubildenden bereits bis zu einem Jahr vor Ausbildungsabschluss klare Perspektiven auf und bieten ihnen eine frühzeitige Übernahme an. Über dieses Verfahren wurden 2008 erstmals 135 Auszubildende eingestellt. T-Systems bietet darüber hinaus seit 2005 allen Nachwuchskräften nach der Ausbildung die Chance auf einen Berufseinstieg im Ausland.

Um die richtigen Talente für uns zu gewinnen, haben wir insbesondere für Hochschulabsolventen attraktive Nachwuchsprogramme entwickelt. Mit „Start up!“ und „Jump in!“ bieten wir einen Einstieg nach Maß in unser Unternehmen. Dabei ist es uns wichtig, die jungen Menschen nicht nur kurzfristig zu fördern, sondern mittel- und langfristig zu entwickeln, um so die Experten und Führungskräfte von morgen zu gewinnen. Zu diesem Zweck hat das Unternehmen mit der „Talent Agenda“ ein langfristig ausgelegtes Konzept realisiert.  302



Tschechiens Nummer eins bei Work-Life.

- ▶ Kateřina Mikesková (34), Public Affairs Managerin bei T-Mobile Czech Republic, verheiratet und Mutter von zwei Kindern:

„Freitags arbeite ich von zu Hause aus. So kann ich auch an einem Arbeitstag in der Nähe meiner Kinder sein. Die individuellen Arbeitszeitlösungen meines Arbeitgebers ermöglichen es mir, berufliche Herausforderungen und meine Familie miteinander zu vereinbaren.“

T-Mobile Czech Republic ist Pionier im Bereich Work-Life in Tschechien: Unsere Tochtergesellschaft erhielt den ersten Platz im begehrten „Company of the Year: Equal Opportunities 2008 Award“ der tschechischen Nichtregierungsorganisation (NGO) Gender Studies.

Unsere tschechische Mobilfunktochter setzt nicht nur mit ihren Produkten neue Maßstäbe bei der Harmonisierung von Berufs- und Privatleben. Auch die vorbildlichen Arbeitsbedingungen und Leistungen für die eigenen Beschäftigten sowie flexible Arbeitszeitmodelle gehen weit über das Übliche hinaus. So sind es insbesondere Angebote wie „Jobsharing“ und „Career Break“, die die Jury von Gender Studies überzeugten: Beschäftigte des Unternehmens können sich zu

zweit eine Stelle teilen und ihre Arbeitszeiten frei miteinander verabreden. Des Weiteren haben sie die Möglichkeit, ihre reguläre Arbeit für eine persönliche Auszeit bis zu einem halben Jahr zu unterbrechen und danach auf ihre vorherige Position zurückzukehren. Bereits acht unserer tschechischen Kolleginnen und Kollegen haben seit Oktober 2008 diese Chance genutzt.

Zur hohen Wertschätzung der Mitarbeiter für die flexiblen Arbeitszeitlösungen kommt jetzt die öffentliche Anerkennung durch Gender Studies. Die NGO vergibt ihre Auszeichnung seit 2004 mit dem Ziel, Arbeitgeber dafür zu sensibilisieren, gleiche Chancen für Männer und Frauen am Arbeitsplatz zu schaffen, und mit der Auszeichnung guter Beispiele Nachahmer zu motivieren.

Personalentwicklung für eine nachhaltige Wissensbasis. Mithilfe unseres Talent- und Performance Managements stellen wir konzernweit sicher, dass unsere internen Fach- und Führungstalente frühzeitig erkannt, systematisch gefördert und offene Stellen adäquat mit diesen besetzt werden. Ein Beispiel für die individuelle Förderung von Leistung ist das Programm „Performance Management@T-Home“, das den 81 000 Beschäftigten des

Konzernbereichs T-Home eine differenzierte Einschätzung ihrer Leistung ermöglicht und entsprechende Entwicklungsmöglichkeiten im Unternehmen aufzeigt. Im Rahmen dessen wurden im Jahr 2008 Förderungsprogramme für Leistungsträger mit Führungspotenzial aufgelegt: Im Berichtsjahr konnten so bereits 350 Leistungsträger und Talente des Geschäftsbereichs gezielt gefördert werden.

Das Programm „STEP up!“ dient der systematischen Förderung der internen Neu- und Nachbesetzung von Führungspositionen und wurde 2008 konzernweit etabliert. Unser Kernprojekt im Hinblick auf die Experteneentwicklung ist „Go Ahead!“. Inzwischen ist das Programm bereits in den Kernbereichen sowohl von T-Systems als auch von T-Mobile international umgesetzt. Um unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern optimale Entwicklungsperspektiven zu bieten und den globalen Austausch zu fördern, wird 2009 zudem das Programm „Telekom X-change“ konzernweit implementiert. Leistungsträger erhalten hierbei die Chance, bis zu sechs Monate in einer ausländischen Konzerngesellschaft zu arbeiten und so wertvolle Erfahrungen zu sammeln. [@303](#)

Förderung von Vielfalt und Chancengleichheit. Die Deutsche Telekom lebt von der Vielfalt ihrer Beschäftigten. Und so bedeutet Diversity für uns viel mehr als die Vermeidung von Diskriminierung. Wir sehen die verschiedenen kulturellen Hintergründe unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Chance. In einer globalisierten Welt ermöglicht uns unsere internationale Belegschaft, stets nah am Kunden zu sein und schnell auf Marktbedürfnisse zu reagieren.

Um die Chancengleichheit im Konzern langfristig zu stärken, starteten wir zum Beispiel im Juni 2008 das eineinhalbjährige Programm „Mentoring und Diversity für Managerinnen“, eine Fortbildung für weibliche Führungskräfte, oder in Südafrika ein Programm zur Förderung talentierter junger Menschen aus benachteiligten und bisher diskriminierten Bevölkerungsgruppen – das „Apprenticeship Program“.

Auch die Vereinbarkeit von Berufs- und Privatleben spielt für uns eine zentrale Rolle. Magyar Telekom bspw. hat 2008 einen „Equal Opportunities Plan“ etabliert. Unter dem Dach dieses übergreifenden Programms werden u. a. gezielt junge Mütter gefördert, um während Mutterschutz und Elternzeit den engen Kontakt zum Unternehmen zu halten und ihnen so den Wiedereinstieg in den Beruf zu erleichtern. In Deutschland haben wir im Mai 2008 ein Eltern- und Familienunterstützungsprogramm eingeführt, um Beschäftigte in Mutterschutz, Elternzeit und mit kleinen Kindern noch besser zu unterstützen. Das konzerneigene Familienportal ergänzt dieses Angebot und stellt umfassende Informationen bereit. Neben einer Übersicht aller unternehmensinternen Angebote ermöglicht die Plattform eine bundesweite Suche zu öffentlichen Kinderbetreuungsangeboten. Um auch Väter bei der Deutschen Telekom stärker in den Fokus zu rücken und ihren Dialog untereinander zu fördern, wurde unter der Schirmherrschaft des Vorstandsvorsitzenden René Obermann das Väternetzwerk „Heimspiel“ ins Leben gerufen. [@304](#)

Reputation als attraktiver Arbeitgeber gewinnen. Unsere Bemühungen für unsere Mitarbeiter tragen weltweit Früchte. Die Deutsche Telekom gehört in vielen Ländern zu den Spitzenunternehmen am Arbeitsmarkt. Dabei schneiden alle Geschäftsfelder gut ab, so wurde z. B. T-Mobile HR (Kroatien) 2008 zum sechsten Mal in Folge als „Arbeitgeber des Jahres“ ausgezeichnet und T-Systems erhielt in Italien den „Top Employer Award 2009“. Auch in Deutschland wächst die Popularität der Deutschen Telekom als Arbeitgeber. Dies beweist der Gewinn des „Univsum Awards“ als beliebtester Arbeitgeber in der Telekommunikationsbranche im Mai 2009. Unser Engagement für unsere Mitarbeiter werden wir auch in Zukunft konsequent weiterführen und so den Grundstein für den Geschäftserfolg der Deutschen Telekom legen.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- [@305](#) Arbeits- und Gesundheitsschutz
- [@306](#) Servicekultur

Forschung und Innovation.

Die Informations- und Kommunikationstechnologie (ICT) stellt eine Schlüsseltechnologie im Hinblick auf die zukunftsfähige Entwicklung unserer Gesellschaft dar. Die Deutsche Telekom versteht sich als technologischer Impulsgeber und leistet durch die Erforschung neuer Technologien und Entwicklung innovativer Produkte und Dienste einen wichtigen Beitrag zur Gestaltung einer leistungsstarken Infrastruktur für die heutige Wissens- und Informationsgesellschaft. Im Mittelpunkt der Entwicklungsarbeit steht dabei der Nutzen für unsere Kunden.

Forschung in öffentlich-privater Partnerschaft. Die zentrale Forschungs- und Entwicklungseinheit im Konzern sind die Deutsche Telekom Laboratories – eine der weltweit führenden Forschungs- und Entwicklungseinrichtungen für neue ICT. Sie sind integraler Bestandteil des Unternehmens und organisatorisch im Bereich „Produkt & Innovation“ angesiedelt. Gleichzeitig sind sie ein sog. An-Institut – eine privatrechtlich organisierte wissenschaftliche Einrichtung – der Technischen Universität Berlin mit vier Stiftungsprofessuren. Dieses Konzept einer Public Private Partnership sorgt für eine enge Verzahnung von Wissenschaft und Wirtschaft. Die Deutsche Telekom Laboratories befassen sich primär mit Themen und neuen Technologien, deren Einführung oder Marktreife in einhalb bis fünf Jahren zu erwarten ist. Die Verantwortung für kurzfristigere Produktentwicklungen und -innovationen liegt bei dem 2007 gegründeten internationalen Produkthaus der Deutschen Telekom sowie in den einzelnen Geschäftsbereichen.

Erfolgreiche Ergebnistransfers. Der erfolgreiche Transfer von Forschungsergebnissen und Innovationen in die Konzernbereiche T-Home, T-Systems und T-Mobile ist das wichtigste Ziel der Forschungs- und Entwicklungsarbeit bei den Deutsche Telekom Laboratories. So gingen z. B. Ergebnisse aus dem Forschungsprojekt Generation 50+ direkt in die Gestaltung des schnurlosen, energieeffizienten Telefons Sinus A 201 ein.  307

 Siehe auch Seite 38 ff.

Die Zukunft der Informations- und Kommunikationstechnologie. Neben den eigenen Forschungsaktivitäten unterstützt die Deutsche Telekom externe wissenschaftliche Studien. Dabei fokussieren wir uns auf Forschungsgebiete, die sowohl für den nachhaltigen Erfolg unseres Kerngeschäfts als auch für die zukunftsfähige Entwicklung der Gesellschaft wegweisend sind. Eines der wichtigsten Themen hierbei ist die konstant zunehmende Digitalisierung und Vernetzung, die aus unserem Alltag heute nicht mehr wegzudenken ist. Um auch in Zukunft die Bedürfnisse unserer Kunden zu kennen und ihnen als Partner für vernetztes Leben und Arbeiten zur Seite zu stehen, unterstützen wir die Studienreihe „LIFE“, die den rasanten Wandel der ICT-Branche begleitet. Im Februar 2009 wurde die Auftaktstudie „Digitales Leben“ veröffentlicht. Sie beschreibt die wichtigsten Trends auf dem Weg in die digitale Welt.

Ein weiteres von uns im Berichtsjahr unterstütztes Projekt widmet sich der Zukunftsfähigkeit der deutschen ICT-Branche. Die im Dezember 2008 veröffentlichte Studie „Zukunft und Zukunftsfähigkeit der deutschen Informations- und Kommunikationstechnologie“ nimmt eine Standortbestimmung der deutschen ICT-Branche vor und formuliert darauf aufbauend konkrete Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft. Das rund 100 Seiten starke Werk ist das erste Ergebnis eines Projekts, das die Deutsche Telekom gemeinsam mit dem Münchner Kreis, TNS Infratest und dem European Center for Information and Communication Technologies (EICT) im Rahmen des dritten Nationalen IT-Gipfels umgesetzt hat.

Förderung unabhängiger Forschung. Die Mobilfunktechnik entwickelt sich ständig weiter, und auch die Methoden und Möglichkeiten der Wissenschaft verändern sich. Damit auch zukünftige Entwicklungen der Mobilfunktechnik sicher eingesetzt werden, fördert die Deutsche Telekom finanziell unabhängige Forschung zu elektromagnetischen Feldern (EMF). Beispiele hierfür sind die von den Regierungen in Deutschland und Großbritannien initiierten und koordinierten Forschungsprogramme. Bereits 2007 wurde das britische Forschungsprogramm „Mobile Telecommunications and Health Research“ (MTHR I) mit 28 Projekten erfolgreich beendet. Im

Berichtsjahr konnte das „Deutsche Mobilfunk Forschungsprogramm“ (DMFP I) – mit mehr als 50 Projekten das weltweit größte dieser Art – abgeschlossen werden. In den vergangenen acht Jahren unterstützte T-Mobile diese Forschungsprogramme sowie ihre Weiterführung (DMFP II und MTHR II) mit mehr als 4 Mio. €. Beide Forschungsprogramme tragen maßgeblich dazu bei, das vorhandene Wissen um die Wirkung elektromagnetischer Felder zu vervollständigen.  Siehe auch Seite 35 f., Seite 45.

T-City – öffentliche Zukunftswerkstatt der Deutschen Telekom. Die Welt von morgen erlebbar machen, das ist das Ziel der 2007 ins Leben gerufenen Kooperation zwischen der Stadt Friedrichshafen und der Deutschen Telekom. Unter dem Slogan „T-City Friedrichshafen. Wir leben Zukunft“ arbeiten Bürger, Unternehmen, Schulen, Wissenschaft und Medizin daran, bis 2012 mithilfe modernster ICT eine städtische Infrastruktur zu entwickeln, die beispielhaft für die Lebens- und Standortqualität in der Zukunft ist. Die Deutsche Telekom plant die Bereitstellung von insgesamt 80 Mio. € für die Realisierung von Projekten in den sechs definierten Projektfeldern „Lernen und Forschen“, „Mobilität und Verkehr“, „Tourismus und Kultur“, „Bürger und Staat“, „Wirtschaft und Arbeit“ sowie „Gesundheit und Betreuung“.

Auch im Berichtsjahr wurden zahlreiche neue Projekte angestoßen. Im Projektfeld „Lernen und Forschen“ profitiert die Pestalozzi-Schule in Friedrichshafen als erste Bildungseinrichtung vom Einsatz der internet-basierten Lernplattform Education Next Generation (Edunex). Das System ermöglicht es, multimediale Lern- und Lehrmethoden sowie aktuelle Inhalte in den Schulunterricht zu integrieren und auf die individuellen Bedürfnisse und Fähigkeiten der Schülerinnen und Schüler abzustimmen. Edunex soll zu einer generationsübergreifenden Lernplattform weiterentwickelt werden und künftig Grund- und Hauptschulen mit Gymnasien, Berufs- und Privatschulen vernetzen. Der offizielle Startschuss für das Projekt erfolgte auf der CeBIT 2008.

 Weitere Projekte unserer Zukunftswerkstatt T-City Friedrichshafen finden Sie unter www.t-city.de

Der Erfolg der T-City Friedrichshafen hat uns darin bestätigt, das Modell der öffentlichen Zukunftswerkstatt auch bei unseren internationalen Beteiligungen voranzutreiben. Magyar Telekom machte hierbei den Anfang und startete Anfang 2009 in Ungarn das zweite T-City Projekt: Szolnok, in der Nähe von Ungarns Hauptstadt Budapest, ging als Sieger aus dem ungarischen T-City Wettbewerb hervor und profitiert schon jetzt von der Umsetzung erster Projekte.  308

Ressourceneffiziente Prozesse.

Die Reduzierung klimaschädlicher Emissionen ist eine der dringlichsten Aufgaben unserer heutigen Gesellschaft. Die Deutsche Telekom hat sich zum Ziel gesetzt, ihren Beitrag zu einer klimaschonenden Gesellschaft („Low Carbon Society“) zu leisten. Als Deutschlands führender Telekommunikationsanbieter sehen wir uns in der Verantwortung, die von uns direkt und indirekt verursachten CO₂-Emissionen deutlich zu verringern. Dieses Ziel verfolgen wir auf zwei Wegen: mit der Entwicklung und Vermarktung klimafreundlicher Produkte und Dienste für unsere Kunden (siehe Seite 40 ff.) einerseits sowie innerhalb des Konzerns durch den Einsatz erneuerbarer Energien und eine ressourceneffiziente Gestaltung aller betrieblichen Prozesse auf der anderen Seite.

Transparentes Umweltmanagement durch konzernweite Steuerung.

Umweltmanagementsysteme nach ISO 14001 bilden schon seit Jahren die Basis für die Umweltaktivitäten im Konzern. Seit Anfang 2008 entwickelt die Deutsche Telekom ein konzernweit gültiges Steuerungsinstrument, in das die deutschen Konzerneinheiten T-Mobile, T-Home und T-Systems bis 2010 integriert und unter einem zentralen Dachzertifikat nach ISO 14001 vereint werden sollen. Neben diesen Konzerneinheiten sollen auch Bereiche mit großer Umweltrelevanz, wie DeTeFleetServices, verantwortlich für das Fuhrparkmanagement, oder der Energiedienstleister PASM Power and Air Condition Solution Management GmbH & Co. KG, bis 2010 in das zentrale Umweltmanagement eingebunden werden. Darüber hinaus ist die Integration der bereits nach ISO 14001 zertifizierten ausländischen Tochtergesellschaften geplant. Dazu gehören z. B. T-Systems Tschechien, T-Mobile Österreich und Kroatien sowie T-Home Ungarn. Die konzernweit einheitliche Steuerung soll transparentere Umweltdaten liefern, die helfen, weitere Optimierungs- und Energiereduktionspotenziale aufzudecken.  309

Einbindung unserer Beschäftigten. Wirkungsvoller Klima- und Umweltschutz im Unternehmen lebt auch vom persönlichen Einsatz der Beschäftigten vor Ort. Deren Einbindung und Sensibilisierung hinsichtlich des Themas Energie- und Ressourceneffizienz ist deshalb seit Jahren ein konzernweites Anliegen der Deutschen Telekom und wurde auch 2008 wieder durch eine Vielzahl von Kampagnen sowohl in Deutschland als auch in den internationalen Tochtergesellschaften verdeutlicht. So startete der griechische Netzbetreiber COSMOTE am Weltumweltag im Juni 2008 die Kampagne „Ignorance can harm nature“. Durch die Veranschaulichung, wie alltägliche Gewohnheiten der Umwelt schaden oder ihr helfen können, schärfte das Unternehmen das Bewusstsein seiner Kunden und Mitarbeiter und rief dazu auf, vorbildlich beim Recyceln von Mobiltelefonen, Batterien oder Filterpatronen zu agieren. Auch T-Mobile Czech Republic startete 2008 eine erste interne Öko-Kampagne. Über Plakate, Flyer und eine Ausstellung erhielten die Beschäftigten wertvolle Tipps zum umweltfreundlichen Verhalten. Die Kampagne wurde zudem mit konkreten Maßnahmen begleitet, so etwa der Einführung verschiedenfarbiger Abfallkörbe für eine

Mülltrennung direkt am Arbeitsplatz. In Deutschland fand die Mitarbeitermotivationskampagne „E-Fit Reloaded“, die 2007 bei T-Home gestartet wurde, im Berichtsjahr ihre Fortsetzung. Den rund 3 100 Beschäftigten in Hamburg, Gießen, Berlin, Erfurt, Regensburg, Freiburg, Heilbronn, Ulm und Köln wurden Tipps zum Energieeinsparen im Büro und auch im eigenen Haushalt gegeben.  310

Nachhaltiges Energiemanagement. Die Deutsche Telekom forciert den Einsatz erneuerbarer Energien – denn ein elementarer Meilenstein auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“ ist die Entkopplung unseres Energieverbrauchs von den CO₂-Emissionen. In Deutschland haben wir 2008 ein wichtiges Ziel erreicht: Bereits seit Januar wird der Strombedarf zu 100 % direkt und indirekt – über RECS (Renewable Energy Certificate System) Zertifikate – aus erneuerbaren Energiequellen abgedeckt.

Neben der Entkopplung von Energieverbrauch und CO₂-Emissionen ist die ressourcen- und energieeffiziente Gestaltung der betrieblichen Infrastruktur und Kernprozesse unser wichtigstes Ziel. Auf dem Weg dahin greifen wir selbstverständlich auf Innovationen aus dem eigenen Haus zurück. So konnte im Berichtsjahr bspw. durch den Einsatz eines Smart-Metering-Systems der Energieverbrauch in einem Gebäudekomplex der Deutschen Telekom in Hannover visualisiert und optimiert werden. Dies betraf insbesondere die Beleuchtung der Tiefgaragen und Parkplatzebenen. Durch den Austausch der Leuchtstoff- und Hochdrucklampen gegen innovative LED-Beleuchtung konnte der Energieverbrauch um 65 % gesenkt werden.

Wo wir eine Chance dafür sehen, versuchen wir, CO₂-Emissionen bereits im Ansatz zu vermeiden bzw. so weit wie möglich zu reduzieren. Doch auch bei unvermeidbaren Emissionen besteht eine Handlungsoption für den Klimaschutz – die Kompensation der entstandenen Treibhausgase durch den Kauf entsprechender Emissionsminderungszertifikate. Auf diesem Weg haben wir im Berichtsjahr mehrere Veranstaltungen klimaneutral durchgeführt, darunter den CeBIT Messeauftritt der Deutschen Telekom mit insgesamt 1 590 Tonnen CO₂ sowie die Hauptversammlung 2009 mit 677 Tonnen CO₂.  Siehe auch Seite 13. Außerdem stellte T-Home 2008 drei Veranstaltungen, darunter die ZDF-Aktion „Energiesparmeister 2008“, mit insgesamt 42 Tonnen CO₂ klimaneutral.

Transparenz entlang der Wertschöpfungskette. Anfang 2009 wurde das konzernweite Carbon-Footprint-Projekt gestartet, dessen Ziel es ist, den CO₂-Fußabdruck entlang unserer gesamten Wertschöpfungskette transparent darzustellen. Dies soll sowohl auf Unternehmensebene, bezogen auf unsere Infrastruktur und Kernprozesse, als auch auf Produktebene für alle geschäftsfeldspezifischen Kernprodukte umgesetzt werden. Bei einem ersten Workshop im Februar 2009 wurde eine Bestandsaufnahme vorgenommen, konkrete Ziele sowie erste Maßnahmen und Erfolgskriterien festgelegt. Ein erstes Projekt auf Produktebene wird im CR-Onlinebericht vorgestellt.  311

Die Konzerntochter OTE in Griechenland geht in diesem Bereich mit gutem Beispiel voran. Sie nahm 2008 bereits zum zweiten Mal eine Berechnung ihres CO₂-Fußabdrucks vor: So beliefen sich die von OTE 2008 verursachten CO₂-Emissionen insgesamt auf 307 165 Tonnen CO₂.

Schadstoffarmer Fuhrpark. Mit einem umfassenden Maßnahmenpaket leistet unser Mobilitätsdienstleister DeTeFleetServices einen entscheidenden Beitrag zur Senkung der vom Konzern verursachten CO₂-Emissionen. Zur Reduzierung des Schadstoffausstoßes wurde im Berichtsjahr eine gezielte Anpassung des bestellbaren Fahrzeugportfolios vorgenommen, die die Auswahl verbrauchs- und schadstoffarmer Firmenfahrzeuge fördert. Im Mietwagengeschäft setzt DeTeFleetServices neue Fahrzeuge grundsätzlich nur noch mit einem maximalen Schadstoffausstoß von 130 g CO₂ pro Kilometer ein. Bereits zum Jahreswechsel 2008/2009 lag der durchschnittliche Schadstoffausstoß der Mietfahrzeugflotte so bei 133 g CO₂ pro Kilometer.

Klimaschonend ankommen. Begleitend zur Optimierung des Fuhrparks wurden Maßnahmen zur Veränderung des individuellen Fahrverhaltens aufgesetzt. Beispielsweise wird der Kraftstoffverbrauch konsequent überwacht: Jeder Geschäftswagenfahrer erhält ein individuelles Verbrauchsfeedback in Form eines Ampelreports, der bei überdurchschnittlichem Verbrauch den Nutzern die „rote Karte“ zeigt. Umfassende Informationspakete über Möglichkeiten des Kraftstoffsparens ergänzen das Angebot.

Im Oktober 2008 startete DeTeFleetServices zudem ein Pilotprojekt zum Ökofahrtraining für Fahrer von Geschäftsfahrzeugen – inklusive Theorie und Fahrpraxis. Die Ergebnisse waren sehr positiv, sodass allen deutschen Konzerneinheiten diese Trainings ab 2009 als Regelangebot empfohlen werden. Der Sprintspar-Wettbewerb „Fleet Energy Trophy“ für Fahrer von Geschäftsfahrzeugen unterstreicht den Erfolg solcher Maßnahmen: Die rund 100 Teilnehmer sparten im Zeitraum von April bis Dezember 2008 durchschnittlich 8,36 % Kraftstoff gegenüber dem Vergleichszeitraum ein.

Alternative Antriebssysteme. Um die Emissionen der Fahrzeugflotte zu reduzieren, plant DeTeFleetServices, den Bestand alternativ angetriebener Fahrzeuge zu vergrößern. Gemeinsam mit Unternehmen der Automobilbranche beteiligt sich der Mobilitätsdienstleister an der „Clean Energy Partnership“, deren Ziel die Erprobung von Fahrzeugen mit Wasserstoff-Brennstoffzellen im Alltag ist. Im Berichtszeitraum wurden drei solcher Fahrzeuge in den Fuhrpark der Deutschen Telekom aufgenommen und befinden sich dort bis mindestens 2010 im Einsatz. Mit rund 650 Fahrzeugen betreibt DeTeFleetServices zudem eine der größten Erdgas-Firmenflotten Deutschlands.

Auch bei unseren internationalen Tochtergesellschaften werden alternative Antriebs- und Motorenkonzepte genutzt. In Ungarn können Mitarbeiter von Magyar Telekom seit Ende 2007 Hybridfahrzeuge als Dienstwagen bestellen. Bis Oktober 2008 wurden bereits 50 solcher Fahrzeuge in den Dienst gestellt. In Kroatien hat die T-Hrvatski Telekom im Berichtsjahr 274 Fahrzeuge durch Modelle ersetzt, die bessere CO₂-Werte aufweisen. Davon sind 220 erdgasbetrieben, was etwa 15 % der gesamten Fahrzeugflotte entspricht.

Gesellschaftliches Engagement.

Der Schwerpunkt unseres Engagements für die Gesellschaft liegt in den Bereichen, in denen wir mit unserem Kerngeschäft, unserem Wissen und unserer wirtschaftlichen Kraft einen signifikanten Beitrag zur nachhaltigen und zukunftsfähigen Entwicklung der Gesellschaft leisten können. Wir setzen uns dafür ein, möglichst vielen Menschen den Zugang und die aktive Teilhabe an moderner ICT zu ermöglichen.

Leuchtturmprojekt 2009: „Ich kann was!“. Im Rahmen der Neuausrichtung der CR-Aktivitäten hat die Deutsche Telekom im April 2009 das Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“ gestartet, dessen Ziel die Stärkung individueller Fähigkeiten junger Menschen aus schwierigen wirtschaftlichen und sozialen Verhältnissen ist. Mit einer bundesweiten Ausschreibung sucht der Konzern Projekte und Einrichtungen, die den Kompetenzerwerb von 9- bis 14-Jährigen in sozialen Brennpunkten zum Inhalt ihrer Arbeit machen. Im Herbst 2009 wird erstmals eine Jury mit Fachleuten aus Wissenschaft und Politik sowie Personen des öffentlichen Lebens bis zu 100 förderungswürdige Projekte auswählen. Dabei beträgt die maximale Fördersumme pro Projekt 15 000 €. Die erste Einrichtung, die durch die Initiative „Ich kann was!“ unterstützt wird, ist das Jugendhaus „B8“ in Berlin-Moabit.  **312**

 Weiterführende Informationen zu unserem Leuchtturmprojekt „Ich kann was!“ finden Sie unter www.initiative-ich-kann-was.de

Engagement für mehr Bildung. In der heutigen Wissens- und Informationsgesellschaft ist ein besseres Verständnis der Menschen für Forschung, Technologie und Innovation von zentraler Bedeutung. Vor diesem Hintergrund gilt es, gerade jene Bereiche nachhaltig zu stärken, die für die Innovationsfähigkeit unserer Gesellschaft von besonderer Bedeutung sind. Die Förderung von Bildung ist dabei entscheidend und bildet einen Schwerpunkt unseres gesellschaftlichen Engagements vor Ort.  **313**

Deutsche Telekom Stiftung – in Wissen investieren. Kernstück unseres Bildungsengagements ist die 2003 gegründete Deutsche Telekom Stiftung, die sich als eine der größten Unternehmensstiftungen Deutschlands für eine Verbesserung des Bildungssystems in den sog. MINT-Fächern Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik einsetzt. Der Jahreshaushalt der Stiftung lag 2008 bei rund 13,2 Mio. €. Das Stiftungsvermögen wurde im Berichtsjahr von 100 Mio. € auf 150 Mio. € erhöht. Mit dieser Kapitalerhöhung sollen die Bildungsarbeit der Stiftung gestärkt und die erfolgreichen Aktivitäten entlang der Bildungskette – vom Kindergarten bis zur Hochschule – ausgeweitet werden.

Die Stiftung fasst ihre Projekte in vier Programmen zusammen: „Frühe Bildung“, „Weiterführende Schule“, „Hochschule“ und „Innovation“. Kooperationspartner sind Kindergärten, Schulen und Hochschulen, aber auch andere Bildungseinrichtungen sowie die Bildungsadministration. 2008 stand ganz im Zeichen der Mathematik. Gemeinsam mit dem Bundesministerium für Bildung und Forschung, der Initiative Wissenschaft im Dialog und der Deutschen Mathematiker-Vereinigung (DMV) war die Deutsche Telekom Stiftung Initiator des Wissenschaftsjahres, dem Jahr der Mathematik. Bundesweit wurden zahlreiche Aktivitäten umgesetzt mit dem Ziel, mehr Menschen für die Mathematik zu begeistern.

Integration in die Informations- und Wissensgesellschaft. Unsere kroatische Tochter T-Hrvatski Telekom leistet einen wichtigen Beitrag zur Überwindung der „digitalen Spaltung“, dem ungleichen Zugang zu ICT in der Gesellschaft. 2008 wurden durch T-Hrvatski Telekom 29 kroatische Kinderheime kostenlos mit Breitbandzugängen und Internetfernsehen ausgestattet. Das Projekt ist der Grundstein für eine langfristige Unterstützung, die Kinderheime dauerhaft von der Zahlung für Internetdienste und das interaktive Digitalfernsehen befreien soll.

Ein weiteres Beispiel kommt von Slovak Telekom. Unsere slowakische Tochtergesellschaft förderte 2008 mit ihrem Stiftungsfonds „Endowment Fund Slovak Telekom“ 54 Organisationen und 63 Einzelpersonen mit insgesamt rund 150 000 €. Ziel des 2007 aufgelegten Fonds ist es, die Informationswelt möglichst allen Bevölkerungsgruppen zu öffnen. Für 2009 sind bereits vier weitere Förderrunden geplant.  Siehe auch Seite 43 f.

Freiwilliger Einsatz unserer Beschäftigten. Verantwortung hat viele Gesichter. Die Deutsche Telekom ist weltweit in rund 50 Ländern vertreten – und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich seit Jahren in ihren Städten und Gemeinden vor Ort. Die zahlreichen Corporate-Volunteering-Projekte sind Ausdruck einer gelebten, verantwortungsvollen Unternehmenskultur. Der Konzern unterstützt das gesellschaftliche Engagement seiner Beschäftigten aktiv im Rahmen zahlreicher Projekte.  314

„Ihr Handy hilft. Sie entscheiden, wem!“. 2008 wurde in Deutschland mit der Weihnachtsaktion „Ihr Handy hilft. Sie entscheiden, wem!“ eine Corporate-Volunteering-Maßnahme umgesetzt, die Mitarbeitermobilisierung, Sozialengagement und Ressourceneffizienz vereint. Bundesweit wurden alle Mitarbeiter der Deutschen Telekom sowie ihre Angehörigen und Freunde aufgerufen, ihre nicht mehr benötigten Handys für einen guten Zweck zu spenden. Die Mitarbeiter konnten abstimmen, für welche Aktion das Geld gespendet werden sollte. Hierfür wurden drei Projekte vorgeschlagen, die sich aus der Strategie zur gesellschaftlichen Verantwortung ableiteten und jeweils einem der drei CR-Handlungsfelder entsprachen. Als Ergebnis wurde dem Deutschen Kinderhilfswerk im Januar 2009 ein Spendenscheck in Höhe von 15 000 € überreicht.  Siehe auch Seite 47.

Engagement unserer Nachwuchskräfte. Beim „Social Day“ der Initiative „Start up!“ griffen am 27. März 2009 knapp 30 Nachwuchskräfte zu Farbe und Pinsel, um auf freiwilliger Basis in Bonner Kindergärten bei dringend anstehenden Renovierungsarbeiten zu helfen. Diese hätten von den jeweiligen Einrichtungen selbst nicht zeitnah umgesetzt werden können. Die Aktion leistete einen wichtigen Beitrag dazu, die CR-Strategie mit konkreten Maßnahmen erlebbar zu machen, und wird innerhalb des „Start up!“-Programms künftig ein fester Bestandteil sein.

„One Day for People in Need“. Auch im Berichtsjahr engagierten sich die Beschäftigten von T-Mobile Czech Republic wieder für Menschen in Not. Das seit 2005 bestehende Freiwilligenprogramm „One Day for People in Need“ ermöglicht allen Beschäftigten, sich an einem bezahlten Arbeitstag für eine gemeinnützige Organisation ihrer Wahl zu engagieren. 2008 nahmen 445 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der insgesamt 2 500 Beschäftigten teil, was eine Steigerung von über 50 % zum Vorjahr bedeutet. Seit Beginn des Programms vor vier Jahren haben sich insgesamt mehr als 1 100 Beschäftigte beteiligt.

Förderung eigener Initiativen. Auch in England hat das Corporate Volunteering eine lange Tradition. T-Mobile UK ermöglicht es seinen Beschäftigten, unter dem Motto „Give a little“ an zwei bezahlten Arbeitstagen im Jahr für Wohltätigkeitsorganisationen ihrer Wahl aktiv zu werden. Seit dem Start des Programms vor zwei Jahren haben 17 % der Beschäftigten von T-Mobile UK diese Gelegenheit genutzt. Zählt man alle 2008 geleisteten Volunteering-Einsätze zusammen, kommt man auf insgesamt 365 Tage – ein ganzes Jahr gespendete Zeit.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 315 Regionale Wertschöpfung



Datenströme sicher im Griff.

Die Systemvoraussetzungen für die Vernetzung der Welt sind das Metier von Sebastian Müller (rechts im Bild), Master Service Management Center in Bonn.



Infrastruktur und Breitbandnetze.

Mit ihrer modernen und leistungsfähigen Mobilfunk- und Festnetzinfrastruktur stellt die Deutsche Telekom national und international sicher, dass Menschen wie Unternehmen Zugang zu modernen Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) haben. Mit der Vielfalt der durch uns betriebenen schmal- und breitbandigen Netzwerktechnologien gewährleisten wir weltweit, dass unsere unterschiedlichen Kunden mit ihren vielfältigen Bedürfnissen auf verlässliche und leistungsstarke Netze zurückgreifen können und unsere Produkte und Dienste damit für sie einen Wert haben.

Im Rahmen unserer gesellschaftlichen Verantwortung betreiben wir unsere Netze effizient. So können wir unsere Kunden über die Endkundenpreise an sinkenden Infrastrukturkosten teilhaben lassen und unser Unternehmen im zunehmenden Wettbewerb zukunftsfähig ausrichten. Die Deutsche Telekom ist sich dabei der enormen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedeutung des physikalischen Zugangs zu elektronischen Kommunikationsnetzen bewusst, ohne die es kein Telefonieren und auch keinen Zugang zum Internet gibt. Die für die Teilhabe eines jeden Einzelnen an der Informationsgesellschaft nötige große räumliche Abdeckung mit elektronischen Kommunikationsnetzen erfordert einen enormen finanziellen Aufwand für den Bau, den Betrieb und die Aufrechterhaltung der bestehenden Infrastruktur. Darüber hinaus geht es hierbei für die Deutsche Telekom auch um die Wahrung gesellschaftlicher Anforderungen. So arbeiten wir eng mit Regierungen und Kommunen zusammen, um deren Interessen am Aufbau von Breitbandinfrastruktur ebenso gerecht zu werden wie dem Wunsch nach einer auf gesellschaftliche Akzeptanz bedachten Ausbaustrategie, vor allem im Mobilfunk.

Als eines der größten ICT-Unternehmen weltweit tragen wir auch eine besondere Verantwortung für den Umwelt- und Klimaschutz. Schließlich verursacht die ICT-Branche nach Berechnungen der im Sommer 2008 veröffentlichten Smart-2020-Studie etwa 2% der weltweiten CO₂-Emissionen. Um den mit unserem Netzbetrieb verbundenen Energieverbrauch zu verringern und Kosten zu sparen, steigern wir daher die Effizienz unserer energieintensiven Netzkomponenten. Darüber hinaus beziehen wir unseren Strom aus erneuerbaren Energiequellen.

Anschluss an Breitbandnetze.

In der modernen Informations- und Wissensgesellschaft zählen flächendeckende Breitbandzugänge zur unverzichtbaren Basisinfrastruktur: Wachstum und Wohlstand hängen davon ab, wie umfangreich und schnell es gelingt, mobile und festnetzbasierende Breitbandnetze für alle Menschen und Unternehmen verfügbar zu machen. Diese Verfügbarkeit moderner Kommunikationsnetze wirkt als zentraler Produktionsfaktor und stellt ein wichtiges Entscheidungskriterium für die Ansiedlung von Industriebetrieben dar. Gleichzeitig gibt der schnelle Internetzugang Forschung und Bildung neue Impulse, sichert Arbeitsplätze in immer komplexer werdenden Wertschöpfungsprozessen und leistet damit einen wichtigen Beitrag zu volkswirtschaftlichem Wachstum und internationaler Wettbewerbsfähigkeit. Breitbandige Netze stellen außerdem eine Grundvoraussetzung dar für die persönliche wie familiäre Vernetzung und die Nutzung stark wachsender Dienste, die erst mit breitbandigem Internet voll nutzbar sind. Hierzu gehören digitale Gesundheits- oder Bildungsportale ebenso wie online verfügbare Informations- und Unterhaltungsangebote.  401

Flächendeckende Breitbandversorgung sicherstellen. Die Zugangsmöglichkeiten zu leistungsfähigen Telekommunikationsnetzen sind allerdings regional sehr unterschiedlich: Während derzeit Bewohner in Ballungszentren über mehrere Breitbandnetze wie z. B. VDSL und UMTS mit hohen Übertragungsraten verfügen, müssen viele Bürgerinnen und Bürger hauptsächlich in den in ländlichen Gebieten bestehenden „weißen Flecken“ noch immer gänzlich auf Breitband verzichten.  402 Es gilt, diesen von der sog. digitalen Spaltung betroffenen Bevölkerungsgruppen den Zugang zum Hochgeschwindigkeitsinternet möglichst schnell zu ermöglichen. Um dabei ihren Beitrag zu leisten und das volle wirtschaftliche wie gesellschaftliche Potenzial der Breitbandkommunikation freizusetzen, treibt die Deutsche Telekom den Ausbau mobiler und festnetzbasierter Breitbandnetze weltweit voran. Ziel ist es, möglichst vielen Menschen in unseren Märkten den Zugang zum Hochgeschwindigkeitsinternet zu ermöglichen.

 Siehe auch Seite 8.

DSL-Ausbau und Kooperationen mit Kommunen in Deutschland. Beim Ausbau unserer Festnetzinfrastruktur engagieren wir uns nicht nur in lukrativen Ballungsräumen. Auch im ländlichen Raum haben wir die Infrastrukturentwicklung in den vergangenen Jahren energisch vorangetrieben. In Deutschland bspw. wurden die Investitionen zur Schließung der „weißen Flecken“, in denen keine Breitbandzugänge möglich waren, zum überwiegenden Teil von der Deutschen Telekom unternommen. Auch in Zukunft wollen wir die Versorgung ländlicher Gebiete mit breitbandigen Internetzugängen systematisch verbessern.

Der DSL-Breitbandausbau im ländlichen Raum erfordert Anstrengungen, die aus Gründen der Wirtschaftlichkeit nicht immer durch den Netzanbieter im Alleingang erbracht werden können: Für die Verlegung von einem Kilometer Glasfaserkabel, dem „Rückgrat“ unseres Hochgeschwindigkeitsnetzes, oder DSL können die oftmals damit verbundenen umfangreichen Tiefbauarbeiten in Deutschland Kosten von 50 000 € und mehr mit sich bringen. Häufig reicht demgegenüber die Zahl potenzieller Kunden in den betreffenden Ortschaften nicht aus, sodass wir diese Kosten mit unseren Einnahmen aus den Anschlussgebühren und den Entgelten für unsere Dienste auch langfristig nicht decken können. Um die Finanzierung dennoch zu sichern, bieten wir den Kommunen bereits seit 2007 unterschiedlich ausgestaltete Kooperationsmodelle an.

Unter dem Motto „Mehr Breitband für Deutschland“ rief der Deutsche Städte- und Gemeindebund im Frühjahr 2008 gemeinsam mit der Deutschen Telekom ein wegweisendes Modellprojekt ins Leben, um Versorgungslücken im ländlichen Bereich zu schließen. Die Kommunen können sich auf unterschiedliche Weise beteiligen, bspw. indem sie vorhandene Kabelkanalanlagen oder Leerrohre zur Verfügung stellen bzw. die nötigen Tiefbaumaßnahmen übernehmen. Alternativ sind Vereinbarungen über garantierte Mindestkundenzahlen oder auch finanzielle Zuschüsse möglich. Viele Landesregierungen unterstützen die Gemeinden inzwischen bei diesen Vorhaben – eine Entwicklung, die wir ausdrücklich begrüßen.

Die Deutsche Telekom hat mit ihrem Engagement 2008 allein in Deutschland 300 Mio. € in den Ausbau des DSL-Netzes investiert; 100 Mio. € davon – häufig in Kooperation mit Gemeinden – in die Erschließung sog. weißer Flecken. Auf diesem Wege haben wir 2008 rund 300 Gemeinden an das DSL-Netz angeschlossen. Weitere 100 Kommunen konnten ohne Eigenleistung der Gemeinden angeschlossen werden. Insgesamt erhielten so, neben den 300 000 weiteren Haushalten, die wir durch den Regelausbau versorgen konnten, mehr als 110 000 Haushalte zusätzlich die Möglichkeit, mit DSL-Geschwindigkeit im Internet zu surfen. Die Breitbandabdeckung in Deutschland konnten wir damit bis Ende 2008 von 94 % im Jahr 2007 auf 96 % erhöhen. Darüber hinaus wurden 2008 mit weiteren 432 Kommunen Kooperationsvereinbarungen getroffen.

VDSL-Ausbau – auch gemeinsam mit dem Wettbewerb. Um den steigenden Bedarf an höheren Bandbreiten gerecht zu werden, hat die Deutsche Telekom im Berichtszeitraum auch die Modernisierung ihres deutschen Festnetzes mit VDSL-Technik weiter vorangetrieben. VDSL basiert physikalisch auf einem Hybridnetz aus Glasfaser und Kupfer und gestattet Übertragungsraten bis zu 50 Megabit pro Sekunde. Dabei sorgt die Glasfaser für diese hohen Geschwindigkeiten. Kupferleitungen kommen nur noch für die sog. Letzte Meile bis zum Kunden zum Einsatz. Insgesamt ist die Zahl der mit VDSL versorgten Städte in Deutschland im Berichtszeitraum auf 50 gestiegen.

Um den VDSL-Ausbau zu beschleunigen, sucht die Deutsche Telekom in Deutschland gezielt die Kooperation mit Wettbewerbern wie Vodafone, EWE TEL, M-Net, Net-Cologne. Im Berichtszeitraum konnten wir mehrere Partnerschaften schließen. So verabredeten wir z. B. im Dezember 2008 mit Vodafone den gemeinsamen Ausbau von VDSL in Heilbronn und Würzburg. Anfang 2009 schlossen wir außerdem einen Kooperationsvertrag mit dem Wettbewerber EWE TEL, um den VDSL-Ausbau in neun norddeutschen Städten koordiniert voranzutreiben. Dieser Vertrag beinhaltet u. a. auch die Vereinbarung, sich gegenseitig Zugang zu den Netzen zu gewähren. Durch dieses gemeinsame Vorgehen werden Risiken unter den Betreibern geteilt und der wirtschaftliche Betrieb der Netze ermöglicht.

Blickpunkt

- ▶ „Die Deutsche Telekom ist Europas größtes Telekommunikationsunternehmen und mit weitem Abstand der größte Träger von Kommunikationsinfrastruktur in Deutschland. Sie ist damit gleichzeitig wichtigster Infrastrukturpartner für Bund, Länder und Kommunen und wichtiger Ansprechpartner bei den Bemühungen um eine flächendeckende Breitbandversorgung in Deutschland, einer Schlüsselinfrastruktur des 21. Jahrhunderts. Dieser hohen Erwartungshaltung steht die Tatsache gegenüber, dass die Deutsche Telekom eine DAX-gelistete Aktiengesellschaft ist, die im Interesse

Die Deutsche Telekom wird auch in Zukunft versuchen, über solche Kooperationen Lücken im Breitbandnetz zu schließen. Um diese Kooperationsmöglichkeiten jedoch voll ausschöpfen zu können, bedarf es regulatorischer und kartellrechtlicher Klarstellungen.  Siehe Seite 34 f.

Wachsende Bedeutung drahtloser Breitbandnetze. Für den ortsunabhängigen Internetzugang bzw. die Verbindung in Regionen, in denen Festnetzzugänge nicht möglich sind, bietet die Deutsche Telekom ihren Kunden u. a. über ihre Mobilfunksparte T-Mobile weltweit leistungsfähigen breitbandigen Mobilfunk und kabellosen Internetzugang an. Durch den konsequenten Ausbau dieser Internetzugänge, aber auch durch unser Angebot attraktiver Endgeräte wie dem iPhone, dem Google Handy G1 und Laptops mit UMTS-Karte erreichten wir im Berichtszeitraum weltweit sehr hohe Zuwachsraten in der mobilen Internetnutzung.

Mobile Datenübertragung mit EDGE. Eine attraktive Lösung für den schnellen Internetzugang per Mobilfunk bietet insbesondere die EDGE-Technologie für das flächendeckende Mobilfunknetz der zweiten Generation (2G bzw. GSM). EDGE verfügt über deutlich höhere Datenübertragungsraten als herkömmliche GSM-Mobilfunknetze. So wird mit EDGE derzeit eine Datenrate von bis zu 260 Kilobit in der Sekunde im Downstream erreicht.

Mit dem Abschluss der Modernisierung unseres Mobilfunknetzes in Deutschland bieten wir unseren Kunden seit Mai 2008 das weltweit modernste GSM-basierte Mobilfunknetz. In Deutschland ist dieses nahezu flächendeckend verfügbar. Dies ist insbesondere für solche Unternehmen von Bedeutung, deren Mitarbeiter landesweit im Einsatz und für die Datenkommunikation unterwegs auf ein zuverlässiges Mobilfunknetz angewiesen sind. Zudem lassen sich durch die neue EDGE-Technologie erhebliche Energieeinsparungen realisieren.  Siehe Seite 37.

UMTS mit Datenturbo. UMTS steht für die Mobilfunktechnologie der dritten Generation (3G). In UMTS-Netzen sind mit den neuen Standards HSDPA zum Datenempfang und HSUPA zum mobilen Datenversand gegenüber dem Mobilfunkstandard der zweiten Generation deutlich höhere und mit DSL vergleichbare Datenübertragungsraten von 3,6 bis zu 7,2 Megabit pro Sekunde möglich – und zwar weitgehend unabhängig vom jeweiligen Standort. Parallel zur Weiterentwicklung des GSM-Netzes hat T-Mobile im Berichtszeitraum daher auch den Ausbau der Netzinfrastruktur für UMTS vorangetrieben. Als erster Mobilfunkbetreiber in Deutschland bietet T-Mobile in seinem gesamten UMTS-Netz die HSDPA-Technik in einer Geschwindigkeit von bis zu 3,6 Megabit pro Sekunde. Seit Anfang 2008 ist HSDPA in Teilen des UMTS-Netzes außerdem mit 7,2 Megabit pro Sekunde verfügbar. Den bedarfsgerechten Ausbau von HSDPA 7,2 werden wir auch in Zukunft weiter vorantreiben.

des ‚Shareholder Values‘ und mit Blick auf den Aktienkurs eine angemessene Dividende zu erwirtschaften hat. In diesem Spannungsfeld wird der flächendeckende Breitbandausbau behindert durch Probleme im Wettbewerbs- und Kartellrecht, besonders aber in der sektorspezifischen Regulierung der Telekommunikationsmärkte.“

 403 Das ausführliche Interview mit Herrn Dr. Landsberg finden Sie im CR-Onlinebericht 2009.

Dr. Gerd Landsberg,
Geschäftsführendes Präsidialmitglied
des Deutschen Städte- und Gemeindebundes



Da UMTS den Frequenzbereich um 2 100 MHz nutzt, der nur eine geringe räumliche Abdeckung pro UMTS-Antenne erlaubt, werden aus wirtschaftlichen Erwägungen gegenwärtig vor allem Städte und dichter besiedelte Regionen Deutschlands versorgt. Sobald die effizienteren Frequenzbereiche mit größerer Reichweite aus der digitalen Dividende für den Mobilfunk durch die Regierungen freigegeben werden, bestehen die wirtschaftlichen Voraussetzungen, um auch ländliche Gebiete mit mobilen Breitbandinternetzugängen zu versorgen.  Siehe Seite 35.

Breitband via Satellit. Überall dort, wo weder VDSL, DSL noch UMTS zur Verfügung steht, besteht für unsere Kunden in unterschiedlichen europäischen Ländern die Möglichkeit eines Breitbandzugangs per Satellit. Seit Juni 2008 bietet die Deutsche Telekom auch ihren deutschen Privatkunden diesen Dienst, der hohe Übertragungsraten nicht nur beim Datenempfang von bis zu 1 024 Kilobit pro Sekunde, sondern auch beim Senden mit einer Geschwindigkeit von bis zu 128 Kilobit pro Sekunde ermöglicht. Mit „Hellas SATnet“, einem neuen Dienst der OTE-Tochter Hellas SAT, stellen wir seit 2008 darüber hinaus in über 600 isolierten Siedlungsgebieten Griechenlands einen ununterbrochenen und unbegrenzten Internetzugang via Satellit zur Verfügung. Für viele der abgelegenen Insel- und Bergdörfer ohne Festnetz und andere Telekommunikationseinrichtungen stellt dieser Dienst technisch und wirtschaftlich die optimale Lösung dar.

Das größte WLAN-Netz der Welt. Um Kunden an stark frequentierten öffentlichen Orten schnellstmögliche Mobilfunkverbindungen zu bieten, baut die Deutsche Telekom auch ihr WLAN-Angebot konsequent aus. Schon heute verfügen wir mit mehr als 20 000 öffentlichen Internetzugängen (Hot Spots) über das größte WLAN-Netz der Welt. In Zusammenarbeit mit unseren internationalen Roaming-Partnern bieten wir unseren Kunden den kabellosen Internetzugang sogar an mehr als 40 000 Hot-Spot-Standorten weltweit an. Die erreichbaren Bandbreiten der WLAN-Hot-Spots betragen dabei je nach Ausbau und Nutzerzahl bis zu 11 Megabit pro Sekunde.

 404

Zukunftstechnologien für die nächste Mobilfunkgeneration. Gemeinsam mit anderen Mobilfunkanbietern und -ausrüstern beteiligen wir uns seit Anfang 2005 als treibende Kraft am „Third Generation Partnership Project“ zur Entwicklung der nächsten Mobilfunkgeneration, dem „Next Generation Mobile Network“ (NGMN). Das NGMN baut auf die bestehende UMTS-Infrastruktur auf und erreicht fünf- bis zehnmal höhere Bandbreiten als HSDPA und HSUPA. Möglich wird dies durch die flexible Zuteilung verfügbarer Frequenzspektren und Netzwerkressourcen – im Abstand von bis zu 0,5 Millisekunden – bei gleichzeitiger Vereinfachung der Netzwerkarchitektur.

Auf der CeBIT im März 2009 konnten wir unsere Innovationsführerschaft im Bereich NGMN unterstreichen. Dort stellten wir die Leistungsstärke von LTE (Long Term Evolution) – als eine der möglichen NGMN-Technologien – erstmals in einem Live-Projekt vor. In einem Fahrzeug, das auf einer festgelegten Strecke mehrere LTE-Zellen durchquerte, konnte anhand von unterbrechungsfreien Online-Spielen, Internet Protocol Television (IPTV) und Videokonferenznutzung in HD-Qualität die Leistungsfähigkeit der Technologie veranschaulicht werden. Kommerziell einsetzbar soll die von dem Projekt vorangetriebene Technik im Jahr 2010 sein.  405

Hohe Anerkennung für Breitbanddienste. Zahlreiche Auszeichnungen belegen, dass die Deutsche Telekom im Festnetz und Mobilfunk ihren Kunden schon jetzt herausragende Netzqualität bietet. So gewann T-Mobile UK im August 2008 den „Best Networks Award“ der Mobile Data Association (MDA) für das schnellste mobile Breitbandinternet. In einer unabhängigen Umfrage des britischen Marktforschungsunternehmens YouGov belegte das mobile Breitband von T-Mobile UK im März 2009 den ersten Platz in neun von 13 Kategorien. Der TÜV Nord bestätigte T-Mobile Deutschland 2008 „Beste Netzqualität nach QvK-Standard für Sprachdienste im GSM- und UMTS-Netz“. Bestnoten vergab auch die Zeitschrift „Connect“ in ihrem Heft Nr. 11/2008 an T-Mobile u. a. für das „best-optimierte Netz“. Die deutsche Verbraucherschutzorganisation Stiftung Warentest schließlich kürte die Deutsche Telekom im November 2008 bei einem Vergleich zu Kundenservice und Qualität der Internetverbindung zum besten Festnetz-Internetprovider auf dem deutschen Markt. Als einziger Anbieter und mit großem Abstand zu den Wettbewerbern erhielten wir für unsere Dienste das Prädikat „gut“.  406

Unterstützende Rahmenbedingungen nötig. Die Deutsche Telekom hat 2008 außerordentlich hohe Investitionen für den Ausbau ihrer DSL-, VDSL-, GSM-/EDGE-, UMTS-/HSPA- und WLAN-Breitbandnetze getätigt. Auch 2009 möchten wir in erheblichem Umfang in den weiteren Breitbandausbau investieren, um die Netzabdeckung und die verfügbaren Bandbreiten zu erhöhen. Wir setzen uns daher in der Europäischen Union und national für einen modernisierten Regulierungsrahmen ein, der optimale Bedingungen für Investitionen in mobile und festnetzbasierende Breitbandnetze schafft.

Die politischen und regulatorischen Rahmenbedingungen haben ganz entscheidenden Einfluss auf die Fähigkeit der Telekommunikationsunternehmen, Milliardeninvestitionen in Breitbandnetze zu tätigen. Zu diesen Rahmenbedingungen gehören u. a. die Regelung des Zugangs zu neuen Glasfasernetzen bzw. der gemeinsamen Netzwerknutzung, die Vergabe von Mobilfunkfrequenzen sowie öffentliche Investitionen in Dienste der Informationsgesellschaft wie z. B. Bildung oder digitale Gesundheitsdienste (E-Health).

In unserer Verantwortung für den wirtschaftlichen Erfolg unseres Unternehmens müssen wir aufgrund der hohen Kosten für den Netzausbau auch dafür Sorge tragen, dass die getätigten Investitionen wieder erwirtschaftet werden können. Der teure Ausbau, insbesondere in dünn besiedelten und entlegenen Regionen, kann unter den heutigen regulatorischen Rahmenbedingungen wirtschaftlich kaum realisiert werden. Insbesondere der Übergang von der kupferbasierten Technik in die neue Welt der Hochgeschwindigkeits-Glasfasernetze erfordert Investitionen in Milliardenhöhe.  Siehe Seite 32. Gerade außerhalb der Metropolen, wo häufig nur eine Infrastrukturlösung wirtschaftlich sinnvoll ist, trägt ein Investor heute die Risiken der Infrastrukturinvestition nach wie vor allein und vollumfänglich. Die heutige Regulierungspolitik in der Europäischen Union und ihren Mitgliedstaaten ist daher zu starr und setzt keine ausreichenden Investitionsanreize.

Grundvoraussetzung für die flächendeckende Breitbandversorgung und hohe Übertragungsraten ist vielmehr die Schaffung regulatorischer Rahmenbedingungen, die Spielraum lassen für innovative Kooperationen beim Netzausbau oder andere Modelle der Teilung des Investitionsrisikos zwischen Investor und den die Infrastruktur nutzenden Telekommunikationsanbietern. Die Deutsche Telekom erprobt solche Modelle derzeit mit privaten und öffentlichen Partnern.  Siehe Seite 31 ff. Eine künftige Regulierung muss flexible Lösungen ermöglichen und gleichzeitig Rechts- und Planungssicherheit schaffen durch verbindliche Festlegungen über den Netzzugang von Wettbewerbern vor dem Infrastrukturausbau. Im Interesse einer flächendeckenden Breitbandversorgung setzt sich die Deutsche Telekom daher sowohl auf europäischer wie auch auf nationaler Ebene für ein gerechtes und langfristig ausgelegtes Risikoverteilungskonzept auf gesetzlicher Basis ein. Kooperationen für den gemeinsamen Bau und Betrieb von breitbandigen Netzen sollten sowohl im Mobilfunk als auch im Festnetz erlaubt werden.

Mit digitaler Dividende gegen die digitale Spaltung. Ein weiterer entscheidender Faktor, der für die Breitbandversorgung der Bevölkerung insbesondere in ländlichen Räumen und entlegenen Gebieten große Bedeutung hat, ist die Freisetzung des Potenzials der sog. digitalen Dividende. Auch hierauf haben die Regierungen entscheidenden Einfluss. Die durch die Digitalisierung des Rundfunks freiwerdenden Frequenzen im Bereich von 790 bis 862 MHz besitzen eine enorme wirtschaftliche Bedeutung. Im Gegensatz zu den bisher für GSM und UMTS genutzten Frequenzbereichen können auf diesen niedrigeren Frequenzen größere Gebiete bei geringeren Infrastrukturkosten abgedeckt werden. Dadurch sinken die Gesamtkosten für die Breitbandversorgung, sodass die Versorgung ländlicher und entlegener Regionen wirtschaftlich überhaupt erst möglich wird. Über die Zuweisung der Frequenzen entscheiden die einzelnen Staaten. Um mehr Menschen mit Breitband versorgen zu können, setzt sich die Deutsche Telekom auf nationaler wie internationaler Ebene intensiv für die Zuweisung der digitalen Dividende für den Mobilfunk ein.

In einem europaweit einmaligen Pilotprojekt untersucht die Deutsche Telekom seit 2008 in Deutschland die technischen und wirtschaftlichen Bedingungen für die Nutzung der digitalen Dividende. Mit der Fokussierung auf den ländlichen Raum im nördlichen Brandenburg bei Wittstock/Dosse wurde ein Gebiet für dieses Pilotprojekt ausgewählt, in dem der Internetzugang bisher nur schmalbandig und mit niedrigen Datenraten möglich war. Seit Dezember 2008 nutzen wir dort die digitale Dividende in einem Modellprojekt zur Breitband-Internetversorgung. Seitdem verfügen die vorläufig 100 Testnutzer in der Region über Hochgeschwindigkeitsinternet mit Datentransferraten bis zu 2,8 Megabit pro Sekunde.  407

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 408 WiMAX-Technologie

Verantwortungsvolle Entwicklung unserer Netze.

Die Sicherheit und die Umweltverträglichkeit unserer Mobilfunknetze und innovativen Produkte haben für die Deutsche Telekom und ihre Mobilfunksparte T-Mobile höchste Priorität. Wir wissen, dass unser langfristiger wirtschaftlicher Erfolg auf eine sicher anzuwendende Technik und auf Akzeptanz in der Öffentlichkeit angewiesen ist. Deshalb setzen wir uns aktiv für die schnelle und fundierte Klärung offener Fragen zur Mobilfunktechnik ein. Wir gewährleisten die Einhaltung der internationalen Grenzwerte an jedem einzelnen Mobilfunkstandort. Die Deutsche Telekom ist davon überzeugt, dass die Einhaltung der geltenden Sicherheitsstandards und Grenzwerte die sichere Nutzung des Mobilfunks für alle garantiert. Diese Überzeugung stützt sich auf das Fachurteil unabhängiger Expertengremien, die fortlaufend alle relevanten Studien auswerten und die Sicherheitsstandards überprüfen.

Unsere internationale Richtlinie zur Thematik elektromagnetischer Felder (EMF-Policy) definiert die Eckpunkte für unseren verantwortungsvollen Umgang mit der gesellschaftlichen Diskussion um Mobilfunk und Sicherheit. Darin verpflichten sich die europäischen T-Mobile Gesellschaften – weit über die gesetzlichen Anforderungen hinaus – zu mehr Transparenz, Information, Partizipation sowie zur finanziellen Unterstützung unabhängiger Forschung zur Mobilfunkthematik. In Übereinstimmung mit den jeweiligen nationalen Gegebenheiten und gesellschaftlichen Bedürfnissen ist die Richtlinie in den verschiedenen Ländern unterschiedlich umgesetzt worden.

Ein zentrales Element unseres Engagements in der gesellschaftlichen Diskussion um Mobilfunk und Gesundheit stellt der offene und kooperative Umgang mit allen Beteiligten dar. Hierzu haben einige unserer Mobilfunktochtergesellschaften, so z. B. in Deutschland, Großbritannien, Österreich und den Niederlanden, gemeinsam mit anderen Netzbetreibern weitergehende freiwillige Vereinbarungen getroffen.

Ziel ist es, insbesondere Kommunen als Vertreter der Bürger über EMF, die Mobilfunktechnik und deren Sicherheit zu informieren und mit ihnen bei der Entwicklung der lokalen Mobilfunknetze zusammenzuarbeiten. In Deutschland hat T-Mobile zusammen mit den anderen Netzbetreibern eine „Freiwillige Selbstverpflichtung“ gegenüber der deutschen Bundesregierung abgegeben. Darin werden Maßnahmen zur Verbesserung des Verbraucher- und Gesundheitsschutzes sowie der Kooperation mit den Kommunen beim Ausbau der Mobilfunknetze zugesagt. Im Rahmen der Abschlussveranstaltung zum „Deutschen Mobilfunk Forschungsprogramm“ im Juni 2008 bewertete die Bundesregierung die „Freiwillige Selbstverpflichtung“ positiv.  Siehe auch Seite 26. 

Wir sind bestrebt, uns in allen unseren Mobilfunkmärkten auf breiter Ebene an der gesellschaftlichen Diskussion um den Mobilfunk zu beteiligen und uns für Offenheit und Transparenz einzusetzen. So stellt T-Mobile in verschiedenen Ländern alle relevanten Informationen über ihre Basisstationen für öffentlich zugängliche Standortdatenbanken zur Verfügung. Jeder Bürger kann sich mithilfe dieser Datenbanken im Internet über die elektromagnetischen Felder in seiner unmittelbaren Wohnumgebung informieren. Beispielsweise errichtete unsere Beteiligung COSMOTE bereits 2006 ein Netz von 24-Stunden-EMF-Messstationen. Deren Daten sind rund um die Uhr über das Internet abrufbar. Das Netz wird stetig weiter vergrößert. Bis Ende 2009 soll die Zahl der Messstationen auf 170 steigen.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 [Unsere Verantwortung als Arbeitgeber](#)

Umweltfreundliche Netzinfrastruktur.

Die Steigerung der Energieeffizienz unserer Netzinfrastruktur ist vor dem Hintergrund des kontinuierlich zunehmenden Einsatzes moderner ICT ein wichtiger Ansatz zum Klimaschutz. Ständig wachsende Datenübertragungsraten und qualitativ immer leistungsfähigere Dienste z. B. zur Sprach- und Bildübertragung oder zur Verwaltung der Verbindungsdaten erfordern zunehmende Mengen an Energie. Nach Berechnungen einer im Oktober 2008 veröffentlichten Studie des Borderstep Instituts im Auftrag des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) betrug allein der Stromverbrauch von Servern und Rechenzentren 2008 in Deutschland 10,1 Terrawattstunden – dies entspricht 1,8 % des gesamten Stromverbrauchs in Deutschland.

In unserer Verantwortung für den Klimaschutz haben wir darum grundlegende Schritte unternommen, um den Energieverbrauch unserer Netzinfrastruktur mithilfe moderner Technik zu begrenzen. Bei der Planung und Optimierung der Netzinfrastruktur achten wir frühzeitig auf die Einsparmöglichkeiten von Energie. Wir mustern alte Systemtechnik aus und ersetzen diese durch energieeffizientere Geräte. Außerdem bieten wir unseren Kunden effizienzoptimierte Systemlösungen an und nutzen regenerativ erzeugten Strom. Seit Anfang 2008 decken wir in Deutschland unseren gesamten Strombedarf einschließlich der zur Versorgung unseres Netzbetriebs nötigen Energiemengen aus erneuerbaren Quellen.  Siehe auch Seite 53.

Green ICT spart Energie und CO₂. Einen wesentlichen Beitrag zur Erhöhung der Energieeffizienz unseres Netzbetriebs leisten wir durch Green ICT. Der Begriff Green ICT umfasst sämtliche ICT-Lösungen, die zu Energieeinsparungen im Unternehmen führen. Außer den Bestrebungen, die eigene Netzinfrastruktur klimafreundlicher zu gestalten, gehört hierzu auch die Verbesserung der Energieeffizienz an den Büroarbeitsplätzen der Deutschen Telekom und ihrer Kunden. Positive Effekte für die Umwelt können dabei nicht nur durch die Beschaffung energieeffizienterer Endgeräte, sondern auch durch deren energiesparende Verwendung sowie die energieeffizientere Gestaltung der Kommunikationsprozesse und der Zusammenarbeit der Beschäftigten erzielt werden. Selbst in ursprünglich ICT-fremden Kernprozessen von Unternehmen kann Green ICT Abläufe optimieren und den CO₂-Ausstoß in der gesamten Prozesskette drastisch senken.  Siehe auch Seite 40 ff.

„Green Dynamics“ weist Sparpotenziale aus. Konkrete Potenziale zu Energieeffizienzsteigerungen der ICT-Infrastruktur von Unternehmen zeigt das von T-Systems Österreich in Kooperation mit der Fachhochschule St. Pölten entwickelte Simulationsmodell „Green Dynamics“ auf. Es basiert auf einem wissenschaftlichen Modell von John D. Serman, Professor am Massachusetts Institute of Technology, USA, mit dem die komplexen Zusammenhänge des Betriebs von ICT-Infrastrukturen transparent gemacht werden können. Anhand von Aussagen darüber, wie sich das Zusammenwirken einzelner ICT-Systemkomponenten auf den Energieverbrauch

auswirkt, macht die „Green Dynamics“-Simulation deutlich, wie der Energieverbrauch durch die Zusammenführung der ICT-Infrastruktur von mehreren Unternehmen bzw. Organisationen in einem Rechenzentrum optimiert werden kann.  Siehe auch Seite 41 f.

Schlanke Lösungen für unsere Kunden. T-Systems macht sich die in den „Green Dynamics“-Simulationen aufgezeigten Synergieeffekte zunutze und bietet seinen Kunden unter dem Stichwort „Dynamic Services“ schlanke Lösungen, die ihnen helfen, ihre Energiebilanz deutlich zu verbessern. Hierbei werden große, energieaufwendige Computeranlagen der Kunden durch kleine Rechner, die „Thin Clients“, ersetzt. Diese beziehen den benötigten Speicherplatz und die Rechenleistung dynamisch von einem zentralen Rechenzentrum – eben gerade so viel, wie das Unternehmen aktuell benötigt. Die „Thin Clients“ verbrauchen 75 % weniger Energie als herkömmliche PCs und das Unternehmen spart Ausgaben für Hardware, Wartungs- und Betriebskosten. Die dadurch erzielten Energieeinsparungen sind insgesamt größer als die durch die Bereitstellung der Rechenleistung bedingte Zunahme des Stromverbrauchs im Rechenzentrum auf Seiten des Anbieters. Mit der weltweiten Reduzierung der Anzahl seiner Rechenzentren und der besseren Auslastung der verbleibenden trägt T-Systems zusätzlich dazu bei, dass am Ende eine positive Energie- und damit CO₂-Bilanz bleibt. 2008 konnte T-Systems den mit „Dynamic Services“ erzielten Umsatz gegenüber dem Vorjahr um mehr als 25 % steigern.  411

Grüne Rechenzentren für mehr Energieeffizienz. Bei ihren Bestrebungen zur Verbesserung der Energieeffizienz im Rechenzentrumsbereich kooperiert die Deutsche Telekom, wie auch in anderen Bereichen, mit ihren Systemtechniklieferanten: T-Systems plant z. B. in einer Forschungskooperation mit dem Chiphersteller Intel ab April 2009 in einem gemeinsamen Testlabor die Erforschung des „idealen Rechenzentrums“. Ziel ist die Entwicklung einer ökonomisch und ökologisch effizienten Infrastruktur für neue und bestehende Rechenzentren von T-Systems.

Da rund 40 % der Energie, die ein Rechenzentrum verbraucht, auf die Klimatisierung entfallen, schalten wir in vielen der bundesweit 30 Rechenzentren die Klimaanlage unterhalb von zehn Grad Außentemperatur komplett ab. Stattdessen wird die kühle Außenluft, nachdem diese einen Filterprozess durchlaufen hat, für die Kühlung genutzt. Auf diesem Wege sparen wir z. B. an der Börse Stuttgart, wo wir dieses Verfahren ebenfalls einsetzen, jährlich 45 000 € Energiekosten.

T-Systems Singapur beschloss 2008 ein umfangreiches Ausbau- und Effizienzsteigerungsprogramm für seine Rechnerkapazitäten. Im Brennpunkt der Planungen steht ein „grünes“ Rechenzentrum. Dieses soll helfen, die Energiekosten des Unternehmens in den kommenden zehn Jahren um 10 Mio. US-\$ zu senken. Hierfür ist ein verbessertes, auf einer Wasserkühlung beruhendes Kühlsystem geplant, das – ein wichtiger Nebeneffekt – ohne umweltschädliche Kühlgase auskommt. Darüber hinaus soll ein effizienteres System zur unterbrechungsfreien Stromversorgung genutzt werden, das nur sehr wenig Wärme an die Umwelt abgibt.

International führend beim Einsatz von H₂-Brennstoffzellen. Die Verwendung von Wasserstoff-(H₂-)Brennstoffzellen zur Energieversorgung stellt eine Zukunftstechnologie dar, an die sich große Erwartungen knüpfen. Wasserstoff als Energieträger ist in Zusammenhang mit erneuerbarer Energieerzeugung eine rundum saubere Lösung. Um die Technologie auf breiter Basis zur Marktreife zu bringen, sind jedoch noch zahlreiche Forschungs- und Entwicklungsschritte nötig.

Realität ist dagegen bereits das seit August 2007 laufende Innovationsprojekt in München, bei dem ein kompletter Rechenzentrumsraum von T-Systems durch eine Brennstoffzelle mit Strom und Kälte versorgt wird. Die Brennstoffzelle läuft an sieben Tagen die Woche rund um die Uhr und stellt damit die außerordentlich hohe Verfügbarkeit dieser Technologie zur Energieversorgung unter Beweis. Als Energiequelle nutzt sie CO₂-neutral im lokalen Umfeld aus nachwachsenden Rohstoffen erzeugtes Bioerdgas. Außer Kohlendioxid und Wasserdampf produziert sie keine Abgase und stellt mit einem Gesamtwirkungsgrad von rund 90 % derzeit eine der effizientesten Energieerzeugungsarten dar.

Auch in Bereichen mit speziellen Anforderungen wie der mobilen, autarken Energieversorgung spielt die Wasserstoff-Brennstoffzellen-Technologie schon heute ihre Stärken aus, so z. B. bei einem neuartigen System von T-Home zur mobilen Versorgung von Telestationen und Multimediaterminals. Dort wurde die Brennstoffzelle mit einer Fotovoltaikanlage zu einem Hybridsystem kombiniert. Diese Stationen wurden speziell für den schnellen mobilen Einsatz bei Events und Großveranstaltungen entwickelt. Im November 2008 begann T-Mobile Ungarn (Magyar Telekom) den Testbetrieb von Wasserstoff-Brennstoffzellen zur Energieversorgung einer Mobilfunkstation. Das Pilotprojekt fand auf einem Forum des ungarischen Energieverbands zur Diskussion effizienter Techniklösungen, zu dem Magyar Telekom im März 2009 eingeladen hatte, als wegweisende Lösung die Anerkennung der Fachwelt. Magyar Telekom gilt in Europa seither als Pionier im Bereich der Wasserstoff-Brennstoffzellen-Technologie im Mobilfunk.

Effizienzgewinne durch Systemwechsel. Wie sich mithilfe neuer Systemtechnik erhebliche Energieeinsparungen realisieren lassen, demonstrierte T-Mobile 2008 erfolgreich bei der bundesweiten Modernisierung ihres GSM-Netzes. Im Mai war die Umstellung auf EDGE nach nur einem Jahr vollständig abgeschlossen.  Siehe Seite 33. Hierzu hatte T-Mobile an über 20 000 Mobilfunkstationen einen Systemtechnikwechsel vorgenommen. Ergebnis waren Stromeinsparungen von 30 bis 40 %. Auch T-Mobile Kunden profitieren davon mit erheblichen Kosteneinsparungen sowie einer verbesserten Sprachqualität und der Möglichkeit der schnellen Übermittlung von E-Mails oder größeren Dateien.



Den Kunden im Fokus.

Yvonne Föhrigen (links im Bild) aus dem Telekom Shop in Dessau hört zu, geht auf die Bedürfnisse ihrer Kundin ein und überzeugt diese mit nachhaltigen Produkten und Diensten.



Kundenlösungen.

Eine zentrale Rolle in unserer Wertschöpfungskette spielt der Kunde, der mit seinen Kaufentscheidungen über den Erfolg oder Misserfolg unserer Produkte und Dienste bestimmt. Seine Bedürfnisse und Erwartungen sind für unsere unternehmerischen Bemühungen maßgeblich. Wir betrachten es darum als vorrangiges Ziel, uns als verlässlicher Partner unserer Kunden zu positionieren.

Insbesondere in unserem Geschäftskundensegment nehmen wir wahr, dass die Bedeutung von Nachhaltigkeitskriterien beim Kauf von Informations- und Kommunikationstechnologien (ICT) bei unseren Kunden stetig zunimmt. Zu diesem Ergebnis kommt auch eine im März 2009 vorgestellte repräsentative Umfrage im Auftrag des Branchenverbands BITKOM zu den Kundenerwartungen in Deutschland. Demnach gilt ein niedriger Energieverbrauch für 84 % der Kunden als wichtiges oder sehr wichtiges Kaufkriterium. Immerhin noch 80 % der Befragten legen großen Wert auf gute Umwelteigenschaften wie z. B. eine einfache Entsorgung.

Mit einem nachhaltigen Produktportfolio, umweltfreundlichen Lösungen sowie einem effizienten Ressourcen- und Entsorgungsmanagement hat sich die Deutsche Telekom zum Ziel gesetzt, den Bedürfnissen ihrer Kunden gerecht zu werden – und gleichzeitig auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“ eine Vorreiterrolle zu übernehmen. Wir wollen unseren Kunden darüber hinaus helfen, den Anforderungen der zunehmenden Vernetzung und Digitalisierung der Kommunikationsprozesse gerecht zu werden: Mit innovativen Produkten eröffnen wir den Nutzern neue Entfaltungsmöglichkeiten und ermöglichen ihnen, Geschäfts- und Privatleben besser miteinander zu vereinbaren. Menschen, die bisher keinen Zugang zur Wissens- und Informationsgesellschaft haben und daher von der digitalen Spaltung der Gesellschaft betroffen sind, bieten wir neue Partizipationschancen. Die Sicherheit der Anwender im Umgang mit ICT haben wir dabei stets ebenso im Blick wie den Anspruch unserer Kunden auf einen exzellenten Service.

Vernetztes Leben und Arbeiten.

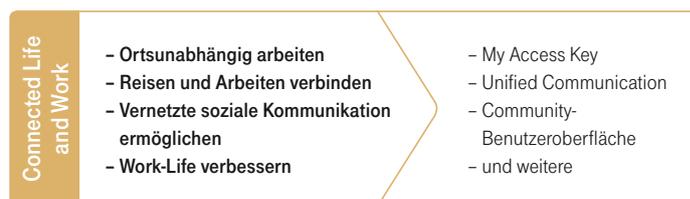
Mobilität und Globalisierung – das sind zwei zentrale Megatrends, die Wirtschaft und Gesellschaft, das Leben und Arbeiten heute bestimmen. In einer komplexen und immer schneller werdenden Arbeitswelt wird von den Menschen erwartet, räumlich und zeitlich flexibel zu arbeiten. Um diese Anforderungen zu erfüllen, müssen sie die Gelegenheit haben, orts- und zeitunabhängig mit anderen Menschen Kontakt aufzunehmen, sich weltweit zu vernetzen und komplexe Informationen unterschiedlichster Art auszutauschen. Diese Möglichkeiten werden in ähnlichem Umfang zunehmend auch für private Zwecke beansprucht. Indem sie die Voraussetzungen schaffen, um jederzeit mit allen Menschen und Dingen in Verbindung bleiben zu können, werden ICT vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen

zu Lebensadern einer immer verflochteneren Welt. Intelligent eingesetzt können sie dabei auch zu einer signifikanten Verbesserung der Lebensqualität beitragen.

Die gesellschaftliche Bedeutung von ICT belegen die Ergebnisse der Studie „Digitales Leben“. In der von der Deutschen Telekom unterstützten und 2008 veröffentlichten Erhebung wurden insgesamt 10 545 Konsumenten aus sechs Ländern zu ihrem Umgang mit digitalen Medien interviewt. Rund 86 % der befragten Deutschen und 85 % der befragten Ungarn betrachten demnach digitale Medien bereits heute als selbstverständlichen und wichtigen Bestandteil ihres Lebens. Weder beruflich noch bei der Freizeitgestaltung oder der Pflege freundschaftlicher und familiärer Beziehungen kann und will die überwiegende Mehrzahl auf Internet und Telekommunikation verzichten.

Nachhaltige Lebensstile ermöglichen. Die Deutsche Telekom weiß dieses Potenzial zu nutzen und entwickelt Produkte und Dienste, die die Voraussetzungen für ortsunabhängiges Arbeiten sowie vernetzte soziale Kommunikation schaffen. Mit ihnen optimiert der Konzern die Entfaltungsmöglichkeiten seiner Kunden im Privat- und Geschäftsleben und wird ihren Erwartungen an ein nachhaltiges Leben gerecht. Gleichzeitig bieten wir Lösungen zur Digitalisierung der öffentlichen Verwaltung, des Gesundheitssystems und anderer Versorgungsleistungen und verbessern so in vielen Bereichen die Servicequalität der Anbieter. Nicht zuletzt nutzen wir die sich daraus ergebenden Chancen für unsere eigene wirtschaftliche Entwicklung. Ziel der Deutschen Telekom ist es, sich als ein weltweiter Marktführer für vernetztes Leben und Arbeiten zu positionieren.

Produkte und Dienste zur Verbesserung der Lebens- und Arbeitsqualität.



Synergieeffekte für Unternehmen und Beschäftigte. ICT-gestützte, orts-unabhängige Formen der Zusammenarbeit sind heute für viele Unternehmen unverzichtbar. Um diese bei der Erhöhung der Kommunikationseffizienz und Prozessgeschwindigkeit zu unterstützen, hat unsere Konzerneinheit T-Systems das Produkt „Unified Communication & Collaboration“ entwickelt und auf der CeBIT 2009 der Öffentlichkeit vorgestellt. Es integriert auf dem Internet Protocol (IP-)basierende Kommunikationsmittel direkt in die vertraute Benutzeroberfläche gängiger Office-Anwendungen. Dies ermöglicht die Konvergenz von Sprach-, Video- und Datenkommunikation sowie die Einbindung von Produktivitätssoftware und Prozessanwendungen. Die Nutzer können sich unabhängig von ihrem Standort immer mit derselben User-ID einloggen. Sie sparen damit umeffizienten Reiseaufwand und können ohne Einschränkungen in der gewohnten Arbeitsumgebung mit Kollegen und Geschäftspartnern kommunizieren. Für die Unternehmen bietet sich durch die ortsunabhängige Interaktion ihrer Beschäftigten die Möglichkeit, diese flexibler einzusetzen und ihre Geschäftsabläufe effizienter zu gestalten.

Ein weiteres Produkt, das den ortsunabhängigen Zugriff auf die eigene Arbeitsumgebung sichert, ist das 2009 eingeführte „My Access Key“. Um an jedem PC oder Notebook und ohne Installationsaufwand die volle Funktionalität seines Arbeitsplatzes herstellen zu können, braucht der Nutzer bei dieser Lösung als Hardware lediglich einen Smart-Card-Leser im Format eines USB-Sticks.  [501](#)

Einfache Abwicklung bürokratischer Prozesse. Moderne ICT hat längst Eingang in den öffentlichen Sektor gefunden. Zahlreiche Ministerien, Kommunalverwaltungen, Behörden und andere öffentliche Einrichtungen haben bereits damit begonnen, ihre bürokratischen Verwaltungs- und Administrationsprozesse unter dem Schlagwort „E-Government“ zu digitalisieren.

T-Systems befördert, begleitet und realisiert diesen nachhaltigen Prozess mit technischen Infrastrukturen, personellen Ressourcen sowie Produkten und Diensten, die den Anforderungen einer modernen öffentlichen Verwaltung entsprechen.

Im März 2009 richtete T-Systems bspw. im Auftrag des Bundesinnenministeriums eine neue einheitliche Servicenummer für Fragen an die Behörden ein: In Berlin, Hamburg und Oldenburg sowie Modellregionen in Nordrhein-Westfalen und Hessen können Bürger, um schnell mit den Behörden in Kontakt zu treten, die Nummer 115 wählen. T-Systems übernimmt die Anrufe aus den jeweiligen Netzen und leitet sie an regionale Call-Center weiter; dort werden mehr als 50 % der Fragen mithilfe einer Wissensdatenbank direkt beantwortet.  [502](#)

Soziale Vernetzung – auch von unterwegs. Digitale Medien sind für viele Menschen schon heute die wichtigsten Schnittstellen zu Freunden und Verwandten geworden. Die von T-Mobile entwickelte und bei der CeBIT 2009 vorgestellte Community-Benutzeroberfläche wird den Bedürfnissen unserer Kunden nach vernetzter sozialer Kommunikation in umfassender Weise gerecht. Mit einer einheitlichen Bedienoberfläche auf dem Handydisplay, dem PC und im E-Mail-Center von T-Home kann der Nutzer bequem die Kommunikation mit seiner Familie oder verschiedenen Freundes- und Bekannengruppen über mehrere Medien organisieren und diese schnell und einfach – auch von unterwegs – kontaktieren.

Work-Life verbessern. Die Freiräume, die unsere Kunden durch die Digitalisierung und Vernetzung ihrer Lebenswelten erhalten, tragen zu einer Erleichterung ihres täglichen Lebens bei. Diese Aussage wird ebenfalls von der Studie „Digitales Leben“ bestätigt. Demnach sind 64 % der befragten Deutschen der Ansicht, dass die heutigen technischen Geräte und Internetangebote ihre Lebensqualität erhöhen. Spürbare Effekte werden insbesondere bei der Vereinbarkeit von Beruf, Freizeit und Familie erzielt. Auch im eigenen Konzern unterstützen wir unsere Beschäftigten mit umfangreichen Maßnahmen dabei, ihre Lebensentwürfe mit ihrer Arbeit in Einklang zu bringen.  [Siehe Seite 24 f.](#)

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 [503](#) Vernetzung des Bildungssystems

 [504](#) Digitalisierung des Gesundheitssystems

Klimafreundliche Produkte und Dienste.

Eine der wichtigsten gesellschaftlichen Herausforderungen besteht darin, schädigende Treibhausgase, wie z. B. Kohlendioxid (CO₂), zeitnah zu reduzieren. Mit der Neuausrichtung unserer CR-Aktivitäten haben wir uns 2008 zum Ziel gesetzt, den Weg zu einer „Low Carbon Society“ maßgeblich mitzuprägen.  [Siehe Seite 8.](#) Neben der umweltfreundlichen Gestaltung und Nutzung unserer Netzinfrastruktur  [siehe Seite 36 f.](#)) setzen wir als eines der größten ICT-Unternehmen weltweit dabei auch auf den Einsatz digitaler Technologien. Schließlich kann ICT in erheblichem Umfang zur Einsparung von Energie und CO₂-Emissionen in gewerblichen und industriellen Prozessen wie auch bei privaten Nutzern beitragen: Laut der im Juni 2008 veröffentlichten Studie „Smart 2020“ der Global e-Sustainability Initiative (GeSI) liegt das mit dem Einsatz innovativer ICT-Lösungen verbundene CO₂-Einsparpotenzial bis zum Jahr 2020 bei 7,8 Gigatonnen.

Erhebliche Einsparmöglichkeiten durch ICT. Weltweit bietet die Deutsche Telekom ihren Kunden verschiedenste Lösungen an, die sie befähigen, wertvolle Ressourcen einzusparen und damit nachhaltig zu konsumieren. Gerade T-Systems leistet auf diesem Gebiet Pionierarbeit. Seit Jahren erforscht, entwickelt und nutzt die Konzerneinheit der Deutschen Telekom innovative Lösungen, um energie- und materialaufwendige Prozesse zu ersetzen und so erhebliche Einsparpotenziale zu realisieren. So führen bspw. Telematiklösungen von T-Systems zu einer Verminderung von Staus um bis 20 % und vermindern so den Schadstoffausstoß der Fahrzeuge. T-Systems bietet mit „Managed Office Output Service“ außerdem die Möglichkeit, Endgeräte wie z. B. Fax, Drucker, Scanner oder Kopierer zu konsolidieren und effizienter auszulasten. Mit diesem Dienst können pro Gerät bis zu fünfmal mehr Arbeitsplätze versorgt werden. Unternehmen, die diese Anwendung nutzen, sind damit in der Lage, bis zu 60 % ihrer Hardware zu reduzieren. Weitere Einsparungen lassen sich durch ICT beim Energie- und beim Papierverbrauch erzielen.

Produkte und Dienste für eine klimafreundliche Gesellschaft.



Durch Modellierung Einsparpotenziale steigern. Welche Energieeinsparpotenziale sich unseren Kunden durch den Einsatz von ICT im Detail bieten, zeigt das von T-Systems Österreich in Kooperation mit der Fachhochschule St. Pölten entwickelte Simulationsmodell „Green Dynamics“. Es errechnet die Effekte unterschiedlicher technologischer Maßnahmen, wie Virtualisierung, Pooling, Veränderung des Power-Usage-Effectiveness-(PUE-)Werts etc., und bewertet deren Potenzial zur Senkung des Energieverbrauchs bzw. der CO₂-Emissionen. In Abhängigkeit von Parametern wie Serveranzahl, aktuellem Strompreis und der benötigten Speicherkapazität können unsere Kunden mit „Green Dynamics“ unterschiedliche Szenarien durchspielen und so wichtige Anhaltspunkte für die Planung ihrer ICT-Kapazitäten gewinnen. Siehe auch Seite 36 f. und Seite 42. Wegen der Möglichkeiten, die das Simulationsmodell zur Umweltschonung aufzeigen kann, wurde „Green Dynamics“ 2008 mit dem „Green IT Award“ von International Data Corporation (IDC) Europe und 2009 mit dem Umweltpreis der Stadt Wien ausgezeichnet.

Energieeffiziente Telefone für zuhause und unterwegs. Auch im Bereich der Festnetz- und Mobilfunktelefonie bieten wir unseren Kunden energieeffiziente Lösungen. So verfügen bereits seit dem vierten Quartal 2007 alle Sinus-Endgeräte unseres Geschäftsfelds Breitband/Festnetz in Deutschland über ein Schaltnetzteil. Dieses spart gegenüber herkömmlichen Transformatornetzteilen 30 bis 60 % Strom. Bei den für 2009 geplanten neuen DECT-Telefonen der Sinus-Serien 103, 302 und 502 wird bei aktiviertem ECO-Mode darüber hinaus der Sender der Basisstation grundsätzlich abgeschaltet, wenn keine Verbindung besteht. Diese Funktion arbeitet unabhängig davon, wie viele Mobilteile zum aktuellen Zeitpunkt eingebucht sind und ob diese gerade geladen werden oder nicht.

Seit Februar 2009 ist bei unserer US-amerikanischen Mobilfunktochter T-Mobile USA das weltweit erste aus Plastikflaschen gefertigte Mobiltelefon erhältlich: das Motorola Moto W233 Renew, dessen Kunststoffschale vollständig aus dem Plastik recycelter Getränkeflaschen hergestellt wurde. Dadurch sinkt nicht nur der CO₂-Ausstoß, sondern auch der Energiebedarf gegenüber herkömmlichen Fertigungsverfahren um 20 %.

Papierverbrauch reduzieren mit „Paper, Pen & Phone“. Den eigenen Papierverbrauch und die damit verbundenen Umweltbelastungen können unsere Kunden mit Innovationen wie „Paper, Pen & Phone“ deutlich senken. Der von T-Systems entwickelte Spezialstift erfasst über eine integrierte Kamera alle Merkmale der Unterschrift und ermöglicht damit die digitale Erfassung und Verarbeitung handsignierter Dokumente. Der Papierverbrauch wird so gegenüber den bisher üblichen Archivierungsverfahren um bis zu 50 % reduziert; die Kosten lassen sich sogar um rund 70 % verringern. Um diese Einsparpotenziale auch im eigenen Konzern zu nutzen, setzen wir „Paper, Pen & Phone“ seit Februar 2009 in unseren rund 800 Telekom Shops in Deutschland ein.

Einbindung unserer Kunden. Bei aller innovativen Technik kommt es für den Erfolg im Klima- und Umweltschutz immer auch auf die persönliche Mitwirkung und Information der Menschen an. Wir haben uns daher für die kommenden Jahre vorgenommen, den Mehrwert, der sich aus der Nachhaltigkeit ergibt, für die Kunden erlebbar zu machen und ihnen damit klare Orientierung für nachhaltige Kaufentscheidungen und einen effizienten, umwelt- und klimaschonenden Gebrauch unserer Lösungen zu geben.

T-Mobile UK nimmt hinsichtlich der Einbindung von CR-relevanten Themen in die Kundeninformation eine Vorreiterposition innerhalb des Konzerns ein: Mit der halbjährlich erscheinenden und in den T-Mobile Shops erhältlichen Kundenzeitschrift „Good Call“ informiert T-Mobile UK bspw. über den ökologischen Gebrauch von Produkten und Diensten sowie die Ergebnisse eingeleiteter Klimaschutzmaßnahmen.

Um die Bedürfnisse und Erwartungen der Nutzer im Produktentwicklungsprozess besser berücksichtigen zu können, haben wir im März 2009 mit ausgewählten Kunden deren Ansprüche an nachhaltige Produkte und Dienste erörtert. Die Ergebnisse wurden allen beteiligten Konzerneinheiten als Empfehlungen bereitgestellt. Dabei zeigte sich u. a., dass den Themen

Energieeffizienz und Produktinformation eine herausragende Stellung zukommt. Diese Ergebnisse werden auch durch die BITKOM-Umfrage vom März 2009 bestätigt.  Siehe Seite 39.

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

 506 Videokonferenzlösungen

 507 Product-Carbon-Footprint-Projekt

Blickpunkt

Ausgezeichnetes Simulationsmodell von T-Systems.

- ▶ Am 26. November 2008 luden IDC und die Fachzeitschrift „Monitor“ in Österreich erstmals zur Vergabe des „Green IT Awards“. Betriebe waren dazu aufgerufen, Projekte einzureichen, mit denen es gelungen ist, entweder im eigenen Unternehmen oder auf Kundenseite eine grüne IT-Initiative erfolgreich umzusetzen. Eine offene Expertenrunde evaluierte die Einreichungen und sprach sich am Ende einstimmig für das von T-Systems und der Fachhochschule St. Pölten entwickelte „Green Dynamics“-Modell als klaren Gewinner des „Green IT Awards“ aus.

„Das ‚Green Dynamics‘-Modell zeigt auf innovative Weise, welche zentrale Rolle die ICT-Branche bei der Lösung des globalen Klimaproblems spielen kann und wird“, stellt Kathrin Hebel vom World Wide Fund for Nature (WWF) Österreich als Jurymitglied des Awards fest.

Der „Living Planet Report“ des WWF International sieht die Senkung der Energienachfrage als die größte globale Herausforderung der kommenden Jahrzehnte. Die Energieproduktion durch die Verbrennung fossiler Brennstoffe wie Kohle, Öl und Erdgas macht heute 45% des weltweiten ökologischen Fußabdrucks aus. Neben dem Ausbau der erneuerbaren Energien sieht das Climate-Solutions-Modell des WWF die Steigerung der Energieeffizienz als oberstes Gebot auf dem existenziell notwendigen Weg zu mehr Energieeffizienz und Nachhaltigkeit.

Kaum eine Branche vereint in sich mehr technische Expertise und innovatives Denken als die ICT-Branche. „Simulationsmodelle wie ‚Green Dynamics‘ eröffnen eine neue Dimension auf dem Weg zur nachhaltigen CO₂-Reduktion im Unternehmensbereich“, so Hebel. „Den Energieverbrauch innerhalb eines betrieblichen Systems transparent und sichtbar zu machen, ist ein wichtiger Schritt, um die ICT-Infrastruktur so aufeinander abzustimmen, dass maximale Energieeffizienz erzielt werden kann. Nur wenn wir uns der steigenden Energienachfrage als globaler Herausforderung verantwortungsbewusst und lösungsorientiert stellen, wird es uns gelingen, unseren ökologischen Fußabdruck in dem Maße zu verringern, dass es für unseren Planeten nachhaltig ist und wir nicht wie bisher weit über die Verhältnisse unserer Erde leben!“

Chancengleiche Teilhabe an der Informationsgesellschaft.

Die ICT-Branche entwickelt sich rasant: Schon heute haben viele Mobiltelefone einen schnelleren Netzzugang als der durchschnittliche Internetzugang per Telefonnetz noch vor zehn Jahren. Dabei stehen wir noch nicht am Ende des Innovationsschubs. Die Mehrheit der 56 Experten der Delphi-Befragung, die im Rahmen der Studie „Digitales Leben“ durchgeführt wurde, prognostiziert bis 2015 für städtische Gebiete Übertragungsgeschwindigkeiten von deutlich über 50 Megabit pro Sekunde, für Anschlüsse im Premiumpreissegment sogar von über 100 Megabit pro Sekunde. Auch die Zahl der UMTS-Mobilfunkanschlüsse wird sich den Experten zufolge bis zum Jahr 2010 gegenüber dem Stand von Ende 2007 knapp verdoppelt haben. An dieser Entwicklung nehmen nicht alle Menschen in gleichem Maße teil. Die Kluft zwischen jenen, die auf die digitale Infrastruktur zugreifen können und mit dem Umgang der neuen Technologien vertraut sind, und denjenigen, die von der Informations- und Wissensgesellschaft abgeschnitten sind, die sog. digitale Spaltung, wird größer.

Beiträge zum digitalen Brückenschlag. Wir verstehen es als eine unserer wichtigsten Aufgaben als ICT-Unternehmen, möglichst vielen Menschen, die bisher von der Informations- und Wissensgesellschaft ausgeschlossen waren, die chancengleiche und barrierefreie Teilhabe an ICT und den damit verbundenen Chancen auf Entwicklung, Wachstum und Beschäftigung zu ermöglichen.  Siehe Seite 8.

Hierzu betreiben wir einen flächendeckenden Ausbau unserer Breitbandinfrastruktur und fördern so auch in ländlichen Gebieten die Nutzung von Hochgeschwindigkeitsinternet.  Siehe Seite 31 ff. Es sind aber auch Merkmale wie Alter oder körperliche Behinderung sowie unzureichende Bildung, bei denen sich die digitale Spaltung zeigt. Wir entwickeln daher spezielle, bedarfsgerechte Lösungen für einen barrierefreien Zugang und fördern Projekte, die den Menschen Medienkompetenz vermitteln.

Bedarfsgerechte Produkte. Der sich besonders in westeuropäischen Ländern abzeichnende demografische Wandel und die damit verbundene wachsende Zahl älterer Menschen tragen dazu bei, dass sich die digitale Spaltung vertieft. Viele Menschen höheren Alters – das statistische Bundesamt prognostiziert für 2030, dass allein in Deutschland 50 % der Bevölkerung über 65 Jahre alt sein werden – sind im Umgang mit modernen Kommunikationstechnologien nicht ausreichend vertraut. Während nach Einschätzung des (N)ONLINER Atlas im Jahr 2008 91 % der 14- bis 29-Jährigen Internetnutzer sind, macht ihr Anteil bei den über 50-Jährigen nur

40 % aus. Dabei können moderne ICT gerade auch für ältere Menschen zu einer Verbesserung der Lebensqualität beitragen. Der Umgang mit ihnen kann die Flexibilität z. B. bei Behördengängen erhöhen, Wege ersparen und schließlich die Kommunikation mit Familienangehörigen und Freunden erleichtern.

Innovative Telefone für Senioren. Mit bedarfsgerechten Produkten und Diensten, wie dem im Oktober 2008 eingeführten Sinus A 201, wollen wir die ältere Generation dabei unterstützen, an der Informations- und Wissensgesellschaft teilzuhaben. Das Schnurlostelefon Sinus A 201 verfügt über ein übersichtliches Produktdesign sowie eine einfache Menüführung und bietet einen Funktionsumfang, der sich am tatsächlichen Telefonverhalten orientiert. Aspekte wie Einfachheit, informationelle Effizienz, Fehlertoleranz und Gebrauchsflexibilität stehen dabei im Vordergrund. Zudem zeichnet sich das Sinus A 201 durch ein ökologisches Produktdesign aus.

Mit Emporia LIFEplus und Emporia TALKplus bieten wir unseren Kunden noch zwei weitere innovative Produkte, die Senioren den Umgang mit modernen Telekommunikationsmedien erleichtern sollen. Die von T-Mobile Deutschland seit November 2008 angebotenen Geräte zeichnen sich durch eine selbsterklärende einfache Bedienung, ein großes Display, gut lesbare Schrift und ein stabiles Gehäuse aus. Dank dieser Eigenschaften eignen sich die Telefone speziell auch für hör- und sehgeschädigte Personen. In der T-City Friedrichshafen ließen wir diese über einen Zeitraum von drei Monaten testen.

Lösungen für die barrierefreie Kommunikation. Für Menschen mit Sprach-, Seh- und Hörschädigung bieten Dienste wie SMS, Videotelefonie, mobile E-Mails oder Instant Messaging (IM) gegenüber der klassischen Sprachtelefonie bedarfsgerechte Kommunikationsmöglichkeiten.

Allein in Deutschland leben nach Schätzungen des Bundesministeriums für Familie, Senioren, Frauen und Jugend aus dem Jahr 2008 rund 80 000 gehörlose Menschen. Um ihnen sowie anderen Menschen mit Behinderungen der Sprachfähigkeit künftig die soziale Kommunikation im öffentlichen Raum zu erleichtern, wurden im Dezember 2008 in unserer Zukunftswerkstatt T-City Friedrichshafen zehn Multimediaterminals testweise mit dem Gebärdendolmetschersystem „TeSS“ ausgestattet. Die zehn Stationen verfügen über einen integrierten Bildschirm sowie eine spezielle Kamera. Durch Drücken der Taste „Relay-Dienste“ baut der Hörgeschädigte eine Videobilderverbindung zu einem Gebärdendolmetscher von „TeSS“ auf. „TeSS“ ist eine Gemeinschaftsinitiative der Deutschen Gesellschaft der Hörgeschädigten-Selbsthilfe und Fachverbände e.V. und der Deutschen Telekom. Gemeinsam betreiben sie seit Juni 2007 dolmetschergestützte Text- und Video-Relay-Dienste in Deutschland.

In Griechenland entwickelte unser dortiger Mobilfunknetzbetreiber COSMOTE gemeinsam mit Microsoft Hellas und Geomatics das Navigationssystem „SmartEyes“. Das effiziente sprachgesteuerte System entstand im Rahmen eines am Telekommunikationslabor der Aristoteles-Universität Thessaloniki durchgeführten wissenschaftlichen Forschungsprogramms und dient blinden und sehbehinderten Menschen zur Orientierung in städtischen Gebieten. Das Produkt wurde im September 2008 mit dem „2008 Global Telecoms Business Innovation Award“ ausgezeichnet. Es war bereits die fünfte Ehrung für „SmartEyes“. @508

Aufbau von Medienkompetenzen. Das Angebot von ICT-Produkten und -Diensten allein reicht nicht aus, um Menschen an den neuen Technologien teilhaben zu lassen. Die Kompetenz im Umgang mit Medien, d. h. die Fähigkeit zur routinierten und sicheren Handhabung der bereitgestellten Produkte und Dienste, ist ebenso wichtig. Dies belegt eine 2008 im Rahmen der Studie „Zukunft und Zukunftsfähigkeit der deutschen IKT“ durchgeführte Befragung von ICT- und Medienexperten. Demnach ist die mangelnde Kompetenz der Nutzer im Umgang mit digitalen Medien die größte Hürde, die der Überwindung der digitalen Spaltung in Deutschland entgegensteht. Es ist unser Anliegen, die Gesellschaft auch bei der Verbesserung der Medienkompetenz ihrer Mitglieder zu begleiten.

Als Vorreiter im Aufbau von Medienkompetenzen innerhalb unseres Unternehmens betätigte sich unsere ungarische Tochter Magyar Telekom. Bereits 2004 setzte sie das „Digital Bridge Program on Small Settlements“ („Digital Bridge“) auf. Vor allem in abgelegenen Regionen des Landes werden Menschen von Freiwilligen der Magyar Telekom individuell im Umgang mit dem Internet geschult. Im Juli 2008 fand die 100. Veranstaltung des „Digital Bridge“-Programms statt. @509

Darüber hinaus bietet Magyar Telekom im Rahmen ihrer „Internet Academy“ Internetkurse an. Aufgrund der großen Nachfrage hat das Unternehmen im Berichtszeitraum die Anzahl der Kurse auf 197 erhöht. Entsprechend stieg die Teilnehmerzahl gegenüber 12 000 im Jahr 2007 auf 16 478 in 2008.

Produkte und Dienste zur Sicherung des Anschlusses an die Informationsgesellschaft.

Connect the
Unconnected

- Barrierefreiheit sicherstellen
 - Chancengleiche Teilhabe ermöglichen
 - Sicheren Zugang gewährleisten
 - Medienkompetenz erhöhen
- Sinus A 201
 - Emporia LIFEplus
 - TeSS Relay-Dienste
 - SmartEyes
 - und weitere

Verbraucher- und Jugendschutz.

Informations- und Kommunikationstechnologien haben längst Eingang in das tägliche Leben und Arbeiten vieler Menschen gefunden. Wir sehen es als wichtigen Teil unserer Verantwortung, diese Menschen vor möglichen Risiken zu schützen, die mit dem zunehmenden weltweiten Datenverkehr und der steigenden Zahl der verfügbaren Dienste verbunden sein könnten. Dabei gehören E-Mails und das Surfen im Internet heute nicht nur für Erwachsene zum Alltag – für Kinder und Jugendliche ist der Umgang mit digitalen Medien und Dienstleistungen sogar noch selbstverständlicher. Darum ist es für uns wichtig, dem Wunsch vieler Eltern nach altersgerechten Inhalten und Kostenkontrolle mit geeigneten Lösungen entgegenzukommen.

Eine besondere Verantwortung trägt die Deutsche Telekom außerdem für den Schutz der persönlichen Daten ihrer Kunden. Siehe Seite 15.

Weiterführende Informationen zum Datenschutz finden Sie unter www.telekom.com/datenschutz

Verbraucherschutz über die gesetzlichen Anforderungen hinaus. Unser Engagement für den Verbraucherschutz drückt sich in zahlreichen freiwilligen Selbstverpflichtungen aus, die über die gesetzlichen Anforderungen hinausgehen. So ist die Deutsche Telekom Gründungsmitglied der Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V. (FST) und hat deren Verhaltenskodex im deutschen Fest- und Mobilfunknetz umgesetzt. In diesem Rahmen wird durch die Etablierung und kontinuierliche Fortentwicklung seriöser Verhaltensmaßstäbe das Vertrauen der Kunden in neue Dienste insgesamt gestärkt. Der Verhaltenskodex wird von den Mitgliedern des Vereins kontinuierlich weiterentwickelt. 2008 wurde er z. B. um Regelungen zum verantwortungsvollen Umgang mit Gewinnspielen erweitert. Diese Regelungen sehen u. a. vor, dass bei Anrufen in Fernsehsendungen die Gebühren und Teilnahmebedingungen transparenter dargestellt werden. @510

Maßnahmen zur Preistransparenz und Kostenkontrolle sind die wesentlichen Merkmale von weiteren Verhaltenskodizes sowie eigenen Richtlinien, die viele unserer weltweit verteilten Tochtergesellschaften eingegangen sind. So haben wir in zahlreichen Ländern gemeinsam mit unseren Wettbewerbern Verhaltenskodizes zu Mehrwertdiensten entwickelt, die unseren Kunden eine Kontrolle ihrer entsprechenden Ausgaben erleichtern. Zur Einführung des Euros Anfang 2009 in der Slowakei verpflichtete sich unsere dortige Beteiligung Slovak Telekom z. B. freiwillig zu mehr Preistransparenz gegenüber ihren Kunden. Dies beinhaltet bspw. auch die gleichzeitige Ausweisung der alten und der neuen Währung bereits vor Einführung des Euros. Grundsätzlich gilt aber, dass das nationale Verbraucherschutzrecht – auch innerhalb der EU – sehr stark variiert, sodass in jedem Land andere Herangehensweisen des Konzerns erforderlich sind. @511

Den Jugendschutz im Fokus. Die Deutsche Telekom engagiert sich mit besonderem Nachdruck für einen umfassenden Jugendschutz. Wir sehen es als wichtigen Teil unserer gesellschaftlichen Verantwortung, Kinder und Jugendliche zum verantwortungsvollen Umgang mit moderner ICT und Medien zu befähigen und sie so gut wie möglich vor den damit verbundenen Risiken zu schützen.

Im Schulterschluss von Wirtschaft, Politik und Gesellschaft gelingt es uns, bestehende Instrumente zum Schutz der Jugend vor dem Hintergrund des rasanten Wandels in der ICT-Branche und den sich daraus ergebenden Nutzungsmöglichkeiten anzupassen. In der Unterzeichnung von Selbstverpflichtungen sehen wir einen effektiven und bewährten Weg, um branchenweit und international Standards durchzusetzen und damit den Jugendschutz beim Umgang mit ICT effektiv zu fördern. [@512](#) Darüber hinaus engagiert sich die Deutsche Telekom in zahlreichen Projekten und Diskussionsforen zur Weiterentwicklung des Jugendschutzes. [@513](#)

Gemeinsamer Kampf gegen Kinderpornografie. Jüngstes Beispiel für dieses Engagement im Jugendschutz ist eine im April 2009 in Berlin unterzeichnete Vereinbarung von fünf großen Internetanbietern – darunter die Deutsche Telekom – mit dem Bundeskriminalamt (BKA), durch die der Zugriff auf Kinderpornografie im Internet erschwert wird. Überall dort, wo wir direkten Zugriff auf die Inhalte haben – z. B. bei privaten Homepages auf unseren Servern –, löschen wir diese in Abstimmung mit den zuständigen Behörden bereits seit vielen Jahren. Während der Schwerpunkt in der Bekämpfung von Kinderpornografie auf konsequenter, auch internationaler, strafrechtlicher Verfolgung durch staatliche Behörden liegen muss, kann die Deutsche Telekom mit dem Instrument der Zugangserschwerungen im Netz nun einen wichtigen zusätzlichen Beitrag leisten. Dieses Ziel verfolgen wir auch im Mobilfunk. Die T-Mobile Gruppe rief 2008 gemeinsam mit anderen Mobilfunkunternehmen die „GSMA Mobile Alliance against Child Sexual Abuse Content“ (Mobilfunkallianz gegen Inhalte mit Kindesmissbrauch) ins Leben. Dies ist nur eine von vielen nationalen und internationalen Selbstverpflichtungen, die wir eingegangen sind und die unser Engagement beim Thema Jugendschutz unterstreichen.

Volle Kostenkontrolle für Kinder und Jugendliche. Im Juli 2008 hat T-Mobile in Deutschland die „CombiCard Teens“, eine Guthaben-Handykarte für Kinder und Jugendliche, mit verbesserten Merkmalen neu aufgelegt. Dazu gehört die Möglichkeit, monatliche Budgets festzulegen und „teure Dienste“ sperren zu lassen. Durch diese freiwillige Einschränkung können sich die jugendlichen Nutzer die volle Kostenkontrolle sichern. Auch für die Eltern besteht die Möglichkeit, den Zugang zu bestimmten Diensten und Anrufzielen, z. B. Auslandstelefonaten oder Angeboten wie Klingeltönen und Logos, zu sperren. Weitere Vorteile gegenüber dem Vorgängermodell bietet die Handykarte mit sehr günstigen Verbindungspreisen sowie der kostenlosen Elternline: Über die Elternline können die Nutzer eine halbe Minute lang kostenlos mit ihren Eltern telefonieren – und zwar beliebig oft, selbst dann, wenn das Guthaben bereits verbraucht ist.

Prävention durch mehr Medienkompetenz. Zu den wirksamsten Präventionsmaßnahmen gehört es aus unserer Sicht, das Bewusstsein der Verbraucher für die Chancen und Risiken im Umgang mit neuen Medien weiter zu schärfen und diese über altersgerechte Angebote aufzuklären. Auch im Berichtszeitraum hat der Konzern daher aktiv zahlreiche Medienkompetenzinitiativen im In- und Ausland unterstützt und Eltern, Vertrauenspersonen sowie Pädagogen dabei begleitet, ihre Verantwortung für die Jugend wahrzunehmen. [@514](#)

Offenheit und Transparenz zum Thema Mobilfunk und Sicherheit. Die Einhaltung der geltenden Grenzwerte gewährleistet die sichere Nutzung des Handys für alle unsere Kunden. Die Grenzwerte beruhen auf umfassenden Forschungserkenntnissen. Die Fachgremien der Weltgesundheitsorganisation (WHO) und der internationalen Strahlenschutzkommission (ICNIRP) legen die Grenzwertempfehlungen fest und überprüfen diese fortlaufend. Ihre Fachmeinung ist, dass Handys bei Einhaltung der geltenden Grenzwerte gesundheitlich unbedenklich sind. Mit unterschiedlichsten Kommunikationsinstrumenten tragen wir dem Informationsbedürfnis unserer Kunden Rechnung. Die klare und transparente Kommunikation zu wissenschaftlichen Erkenntnissen sowie zu Fragen der Mobilfunktechnik und ihrer sicheren Nutzung durch unsere Kunden ist für die Deutsche Telekom von großer Bedeutung. Sie stellt einen zentralen Bestandteil unseres Engagements in der gesellschaftlichen Diskussion um Mobilfunkantennen, Handys, kabellose Festnetztelefone oder WLAN-Router dar.

Die Deutsche Telekom stellt sich dem offenen und konstruktiven Dialog mit politischen Entscheidungsträgern, Interessengruppen sowie Kunden und Bürgern. In den vergangenen zehn Jahren waren deshalb die Mobilfunkgesellschaften der Deutschen Telekom in vielfältigen nationalen Initiativen zur Aufklärung und Information der Öffentlichkeit aktiv. Auf diese Weise sind verschiedene übergreifende Informationszentren und -initiativen z. B. in Deutschland, den Niederlanden, Großbritannien und Österreich entstanden. Im Berichtszeitraum hat bspw. unsere polnische Mobilfunktochter PTC für die allgemeine Öffentlichkeit eine neue Internetseite zu Mobilfunk und Gesundheit publiziert. In Griechenland hat COSMOTE gemeinsam mit den anderen griechischen Mobilfunknetzbetreibern 2008 einen Verband gegründet, dessen wesentliches Ziel ebenfalls die Verbesserung der öffentlichen Information zu EMF ist. Ferner haben wir in Deutschland die Verbraucherinformation durch den Aufdruck des SAR-Werts auf die Verpackung der durch uns vertriebenen Handys verbessert. Der Verbraucher kann so den SAR-Wert als Auswahlkriterium bereits beim Kauf eines Handys nutzen.

Die Grundlagen für unseren verantwortlichen Umgang mit der gesellschaftlichen Diskussion um den Mobilfunk legten wir mit unserer bereits 2004 für unsere europäischen Mobilfunkgesellschaften verabschiedeten internationalen EMF-Policy. [■](#) Siehe auch Seite 26 und Seite 35 ff. [@515](#)

Service und Vertrieb.

Mit Breitbandnetzen und vielseitigen Produktangeboten bieten wir unseren Kunden ein umfangreiches Spektrum an Kommunikationsmöglichkeiten für das vernetzte Leben und Arbeiten. Zu innovativen Produkten gehört jedoch auch ein maßgeschneiderter Service, der sich an den Bedürfnissen unserer Kunden ausrichtet und ihnen die besten Lösungen bietet. Schließlich orientieren sich immer mehr Kunden bei ihren Entscheidungen für einen Telekommunikationsanbieter an der Qualität der Serviceleistungen. Ein exzellenter Service wird damit zum Differenzierungsmerkmal gegenüber dem Wettbewerb – ebenso wie ein Vertrieb, der sich auf die Bedürfnisse unserer Kunden einstellt und dabei seine Geschäftsprozesse nachhaltig gestaltet.

Gute Noten für unseren Kundenservice. Eine führende Position in der Kundenzufriedenheit belegen wir vor allem mit unseren zentralen Kundenkontaktstellen. So erhielt z. B. die Telekom Shop Vertriebsgesellschaft, der Betreiber der Telekom Shops, im Juli 2008 vom TÜV Saarland das Zertifikat „TÜV Service tested“: Die Gesamtzufriedenheit der Kunden mit dem Service der Telekom Shops bewerteten die TÜV-Experten mit der Note 1,74.

Auch der 2008 veröffentlichte Servicetest der Fachzeitschrift „TeleTalk“ bestätigt, dass sich die Zufriedenheit unserer Kunden in Deutschland 2008 nachweisbar verbessert hat: Mit einem Gesamtergebnis „gut“ erzielte die Deutsche Telekom den ersten Platz. Insgesamt wurde die Servicequalität von zehn Anbietern überprüft: Sechs Wettbewerber erhielten die Note „befriedigend“, drei erreichten nur ein „ausreichend“. @516

Um die Zufriedenheit und Loyalität der Kunden unserer verschiedenen Landesgesellschaften zu erfassen, lassen wir jedes Jahr durch das Marktforschungsinstitut TNS Infratest ihren TRI*M-Index ermitteln. Der TRI*M-Index ist eine Kennzahl, die den Status quo der Beziehung des jeweiligen Unternehmens mit seinen Kunden zusammenfasst. Die in einem harmonisierten Verfahren ermittelten Werte bestätigen für 2008 eine Zunahme der Kundenzufriedenheit – insbesondere bei unseren internationalen Beteiligungen. Mit TRI*M-Indizes von über 80 % verfügen unsere Tochtergesellschaften T-Mobile Slovensko und T-Mobile Hungary (Magyar Telekom) über die besten Kundenbeziehungen innerhalb unseres Konzerns.

Verbesserte Kundeninformation. Unter Mitwirkung der Deutschen Telekom entstand im Rahmen der Arbeitsgruppe „Service- und verbraucherfreundliche IT“ beim IT-Gipfel 2008 der „Leitfaden für verbraucherfreundliche Produkte und Dienstleistungen“. Ziel des von uns unterzeichneten Leitfadens ist es, Verbrauchern und Unternehmen eine Orientierungshilfe für den sicheren Umgang mit Daten zu geben, einen nutzerfreundlichen Zugang zu Produkten und Services zu gewährleisten und eine verständliche Gestaltung der Geschäftsbedingungen (AGBs) sicherzustellen.

Nachhaltig unterwegs zum Kunden. Um unsere Produkte zum Kunden zu bringen, scheuen wir keine Umwege: Seit Mai 2008 tourt z. B. der Telekom Shop Truck, ein mobiler Telekom Shop, durch dünn besiedelte Regionen Deutschlands, in denen bisher keine direkten Kundenkontaktstellen bestanden. Dort nutzen wir die persönliche Begegnung u. a., um den Besuchern aufzuzeigen, welche Möglichkeiten es an entlegenen Orten für eine Versorgung mit Breitbandinternet gibt. Siehe auch Seite 31 ff.

Der technische Kundendienst von T-Home setzt unterdessen auf umweltfreundliche Transportlösungen: Seit Februar 2008 fahren in Berlin und Hannover 14 „Cargobikes“, Lastenfahrräder mit wasserstoffbetriebener Brennstoffzellen-Technologie. Sie hinterlassen keine schädlichen Abgase und sind im städtischen Verkehr oftmals schneller am Ziel. Auch bei der CeBIT und auf der Hannover Messe hat T-Home die Praxistauglichkeit ihrer „Cargobikes“ unter Beweis gestellt. Bis Ende 2009 wollen wir die Anzahl der eingesetzten Lastenfahrräder erhöhen und diese künftig auch in unserer T-City in Friedrichshafen sowie auf der autofreien Nordseeinsel Juist einsetzen.

Klima- und ressourcenschonende Zustellung. Auf klimafreundliche Weise bringen wir auch Pakete und Rechnungen auf den Weg. Unter anderem ließen wir 2008 den Kunden unseres T-Online Shops ohne Aufpreis alle Standardpakete mit dem klimaneutralen Paketversand von DHL zustellen.

Siehe auch www.t-online-shop.de

Die transportbedingten Emissionen der etwa 200 000 Sendungen glichen wir durch die Mitfinanzierung eines Wiederaufforstungsprojekts in Costa Rica aus. Insgesamt hat der T-Online Shop 2008 mit dieser Maßnahme den Ausstoß von 109 Tonnen CO₂ kompensiert. Annähernd ein Drittel der Kunden von T-Home konnten wir inzwischen auch für die Online-Rechnungsstellung („Rechnung Online“) gewinnen. Sie ersparen uns und der Umwelt damit den Verbrauch von über 1 500 Tonnen Papier. @517

Weitere Themen im CR-Onlinebericht:

- @518 Mehrsprachige Servicehotlines
- @519 Sondertarife

Verwertung.

Ob gebrauchte Festnetz- und Mobilfunktelefone, Akkus und Ladegeräte oder ausgetauschte Netzelemente und Kabel – in der ICT-Branche entstehen große Mengen an Elektroschrott. Nach Einschätzung der Vereinten Nationen (UN) fallen weltweit jährlich 40 Millionen Tonnen Elektromüll an – davon allein 8,7 Millionen Tonnen in der Europäischen Union. Um dazu beizutragen, dass diese Abfälle reduziert werden, und gleichzeitig alle Möglichkeiten zur Wiederverwendung, zum Recycling und der Entsorgung bei unseren Produkten, Diensten und Lösungen zu nutzen, setzen wir auf ein effizientes Ressourcen- und Abfallmanagement. Dabei gilt der Grundsatz „Wiederverwendung vor Recycling“. Die Entsorgung stellt bei der Deutschen Telekom die letzte Option dar.

Wiederverwendung von Mobiltelefonen. Erklärtes Ziel der Deutschen Telekom ist es, die durch die ICT-Branche verursachten Abfälle zu reduzieren. Die kostenlose Rücknahme gebrauchter Handys zählt deshalb bereits seit 2003 zu den freiwilligen Leistungen unserer Konzerneinheit T-Mobile in Deutschland. Ende 2008 betrug die Zahl der Mobilfunkkunden der Deutschen Telekom allein in Deutschland rund 39 Millionen. Entsprechend groß ist das Potenzial für die Wiederverwendung der ungenutzten Althandys unserer Kunden. Um deren Rückgabe und eventuelle Wiederverwendung zu unterstützen, unterhält T-Mobile Deutschland zusätzlich zu den vom Gesetzgeber eingerichteten kommunalen Sammelstellen ein eigenes Rücknahmesystem. In Deutschland bspw. sind in allen Telekom Shops, bei T-Mobile Partnern und auf der T-Mobile Webseite spezielle Rücksendeumschläge für die portofreie Versendung von Handys, Akkus und Ladegeräten an unsere Recyclingpartner erhältlich. 2008 konnten auf diesem Wege mehr als 69 000 Althandys von T-Mobile in Deutschland zurückgenommen werden. Etwa zwei Drittel dieser Geräte wurden dem Recyclingprozess zugeführt. Dabei wurden wertvolle Rohstoffe wie Gold, Platin, Silber oder Palladium gewonnen und für die Wiederverwendung bereitgestellt. Die übrigen Geräte gingen zur weiteren Nutzung nach Asien, um dort Menschen mit erschwinglichen Gebrauchtgeräten zu versorgen. So verlängern wir die Lebensdauer der Geräte und leisten einen Beitrag zur regionalen wirtschaftlichen Entwicklung.

Weltweite Handysammelaktionen. Um Kunden, Interessierte und auch die Beschäftigten des Konzerns zum Mitmachen zu motivieren, initiierte die Deutsche Telekom 2008 erneut mehrere Handysammelaktionen. Zusammen mit der Deutschen Umwelthilfe e.V. (DUH) unterstützte T-Mobile im Dezember 2008 eine große Aktion von „ChannelPartner“, der Medienplattform für den ICT- und Consumer-Electronics-(CE-)Handel, bei der Händler dazu aufgerufen wurden, ihre Kunden für das Sammeln ausrangierter Handys zu motivieren und lokale, ehrenamtliche Sammelgruppen zu gründen. Für jedes zurückgesandte Handy spendete T-Mobile 3 € für regionale Umwelt- und Naturschutzprojekte an die DUH.

In der Weihnachtszeit 2008 initiierte der Konzern unter dem Motto „Ihr Handy hilft. Sie entscheiden, wem!“ eine Aktion, bei der alle Telekom-Beschäftigten sowie ihre Angehörigen und Freunde dazu aufgerufen wurden, nicht mehr benötigte Handys für einen guten Zweck zur Verfügung zu stellen.  Siehe auch Seite 29.

Bei unseren internationalen Beteiligungen spielen die Rücknahme und das Recycling von Handys ebenfalls eine wichtige Rolle. T-Mobile UK fügt bspw. seit Juli 2007 jeder Handyverpackung eine Recyclingtüte bei, mit der Altgeräte zurückgeschickt werden können. Die Einsender erhalten je nach Bauart und Modell des Handys bis zu 150 £ und können diese entweder an eine Wohltätigkeitsorganisation ihrer Wahl spenden oder selbst behalten. Bis Ende 2008 wurden insgesamt 43 487 Mobiltelefone wiederverwertet.  520

Initiative für weltweit einheitliche Ladegeräte. Anfang 2009 haben führende Handyproduzenten auf dem Mobile World Congress in Barcelona beschlossen, bis 2012 ein einheitliches Handyladegerät einzuführen. Damit soll die Anschaffung eines neuen Netzteils beim Kauf eines Handys dieser Hersteller überflüssig gemacht werden. Die Deutsche Telekom unterstützt dieses Vorhaben, da dieses zu einer Verringerung des Aufkommens an Elektroschrott führen wird. Nach Einschätzung des Mobilfunkverbands GSMA wird sich die Zahl der produzierten und damit auch entsorgten Ladegeräte durch diese Initiative halbieren. Gegenüber den derzeit verwendeten Netzteilgenerationen soll der Standby-Energieverbrauch der neuen Ladegeräte zudem um rund 50 % reduziert werden.

Endgerätemietprogramm. Einen wichtigen Beitrag zur Reduzierung von elektronischem Abfall leistet unsere Konzerneinheit T-Home mit dem neuen Endgerätemietprogramm: Seit dem ersten Quartal 2009 bieten wir unseren Kunden die Möglichkeit, Endgeräte wie DSL-Router oder Media-Receiver zu mieten. Nach Ablauf der vom Kunden gewünschten Mietzeit gehen die Geräte zurück an den Konzern, wo sie geprüft und ggf. der Wiederverwendung zugeführt werden. Auch hierbei stellt die Entsorgung die letzte Option dar.

Recycling von Kabeln und Altanlagen. Auch bei der Erneuerung der Netze ( siehe Seite 32 f.) spielt das Recycling eine große Rolle. Durch die Umstellung auf das leistungsstarke Glasfasernetz fielen im Berichtszeitraum große Mengen an Kabel- und Kunststoffabfällen an. Die dabei geborgenen Kabel, darunter Kunststoffmantel-, Blei- und Stahlwellmantelkabel, wurden umweltgerecht entsorgt.

CR-Programm 2009.

Ziele, Maßnahmen, Prozesse und Ergebnisse – das neue CR-Programm der Deutschen Telekom. Das CR-Programm der Deutschen Telekom ist das Ergebnis eines in 2008 begonnenen Strategieprozesses. Mit ihm haben wir uns verbindliche Zielvorgaben gesetzt, die wir im Kerngeschäft der Deutschen Telekom in allen relevanten Prozessen konzernweit zur Umsetzung bringen wollen. Das neue CR-Programm weist eine andere Struktur auf als das des vergangenen Berichts. Die dort genannten CR-Maßnahmen, deren Status als „Umsetzung läuft“ indiziert ist, wurden teilweise im CR-Programm 2009 wieder aufgeführt und in Grau abgedruckt – einschließlich der Fortschritte bei ihrer Umsetzung. Das neue CR-Programm gliedert sich nicht mehr in die klassischen themenbezogenen Handlungsfelder. Es ist vielmehr in einen Strategie & Management-Bereich, drei ausgewählte CR-Handlungsfelder und vier CR-Leistungsbereiche unterteilt.

In den drei CR-Handlungsfeldern sind jene Themen zusammengefasst, die für das Kerngeschäft des Konzerns wie für die gesellschaftliche Entwicklung besonders relevant sind. Die CR-Leistungsbereiche zeichnen sich dadurch aus, dass wir dort in unserer unternehmerischen Verantwortung besonders gefordert sind. Für alle acht einzelnen Bereiche setzt das CR-Programm Ziele, bestimmte Maßnahmen sowie Teilziele und definiert einen Zeitrahmen, innerhalb dessen die Maßnahmen umzusetzen sind. Außerdem macht das CR-Programm Angaben zum Stand der Umsetzung und weist auf Messgrößen, sog. Key Performance Indikatoren (KPI), hin, mit denen wir die Leistung in jedem der Bereiche quantitativ ausweisen wollen. Letztere werden jedoch erst Ende 2009 endgültig definiert sein.

	Teilziele/Maßnahmen	Termin	Stand der Umsetzung
	Ziel: International führend sein in CR (KPI: 1. Social Responsible Investment (SRI), 2. CR-Leadershipindikator „Gesellschaftliches Engagement“)		
Strategie & Management	Implementierung der CR-Governance (CR-Board, Working und Steering Groups)	Viertes Quartal 2009	Umsetzung läuft. Erste Sitzung des CR-Boards ist im Mai 2009 erfolgt.
	Konzernweiter Roll-out der CR-Strategie und Weiterentwicklung des CR-Programms in den Ländern	2009 – 2010	Umsetzung läuft. Im Mai 2009 wurden Roadshows in Kroatien und der Slowakei durchgeführt.
	Etablierung des internationalen CR-Manager-Netzwerks	2008 – 2010	Umsetzung läuft. Seit 2008 werden pro Jahr zwei internationale CR-Manager-Meetings durchgeführt.
	Umsetzung und Weiterentwicklung der CR-KPI	Viertes Quartal 2009	Umsetzung läuft.
	Ausbau und Weiterentwicklung der Stakeholderdialoge und von CR-Kommunikationsplattformen	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Im ersten Quartal 2009 wurde eine CR-Kommunikationsstrategie entwickelt, die die Basis für die Ausweitung unserer Stakeholderdialoge und CR-Kommunikationsplattformen bildet. Im zweiten Quartal 2009 findet der Relaunch des Verantwortungsportals im Internet statt.
	Durchführung von GAP-Analysen auf Basis von SRI-Ratingbewertungen	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Im zweiten Quartal 2009 wurde die Umsetzung gestartet.
	Gespräche mit zentralen Konzern-einheiten zur Weiterentwicklung der CR-Performance	2009 – 2011	Umsetzung läuft. 2009 wurden bereits Gespräche mit fünf Bereichen geführt.

	Teilziele/Maßnahmen	Termin	Stand der Umsetzung
	Ziel: Treibende Kraft sein für ein nachhaltiges Leben und Arbeiten (KPI: Anzahl Mitarbeiter mit mobiler Ausstattung ²)		
Connected Life and Work ¹	Steigerung der deutschlandweiten DSL-Abdeckung auf ca. 96 %	2008	Ziel erreicht.
	Ausstattung weiterer 23 Städte mit VDSL und Bereitstellung von ADSL2+ in insgesamt rund 1 000 Städten	2008	Ziel erreicht.
	Unterstützung des „Jahres der Mathematik 2008“ durch die Deutsche Telekom Stiftung als einer von vier Trägerorganisationen	2008	Ziel erreicht; <ul style="list-style-type: none"> Bundesweit haben rund um das „Jahr der Mathematik 2008“ insgesamt ca. 800 Veranstaltungen stattgefunden. Die Deutsche Telekom Stiftung förderte u. a. den Mathekoffer für Schulen, von dem 4 300 verkauft wurden, sowie den Mathewettbewerb „Känguru“, an dem rund 750 000 Schüler teilgenommen haben.
	Weiterführung des Projekts „Digital Inclusion“ der Magyar Telekom	2008	Ziel erreicht. Das „Digital Inclusion“-Projekt der Magyar Telekom hat 2008 die 100. Ortschaft im ländlichen Gebiet erreicht.
	Entwicklung von Leuchtturmprojekten für nachhaltiges Leben und Arbeiten (z. B. Innovationsprojekt)	2009 – 2011	Umsetzung läuft.
	Ziel: Beispielhaft sein in der Integration von Menschen in die Informations- und Wissensgesellschaft (KPI: Eingesetztes Budget für gesellschaftliche Projekte im Verhältnis zum Gewinn vor Steuern (in %))		
Connect the Unconnected	Fortsetzung des Aufbaus von Junior-Ingenieur-Akademien mit einem Mädchenanteil von mindestens 50 %	2008 – 2011	Umsetzung läuft. Die Deutsche Telekom Stiftung kooperiert seit 2008 mit der Fraunhofer Gesellschaft.
	Implementierung des Leuchtturmprojekts „Ich kann was!“	2009 – 2011	Umsetzung läuft. 2009 werden ca. 50 bis 100 Projekte und Einrichtungen gefördert.
	Stärkung der Leistungsfähigkeit der Deutsche Telekom Stiftung	2008	Ziel erreicht. Das Stiftungskapital wurde zum Ende 2008 durch die Deutsche Telekom von 100 Mio. € auf 150 Mio. € angehoben.
	Aufbau von „Teach Today“, einer Internetplattform für Lehrer	Drittes Quartal 2009	Umsetzung läuft. Die deutsche Internetseite wird im Sommer 2009 gestartet.
	Ziel: Führend sein auf dem Weg zu einer „Low Carbon Society“ (Reduktion CO₂-Emissionen um 20 % bis 2020)³ (KPI: CO₂-Emissionen total (in t))		
Low Carbon Society	Implementierung von mindestens zwei Projekten im Einklang mit der „Smart 2020“-Studie der GeSI für den Deutsche Telekom Konzern	2009	Umsetzung läuft. 2009 wurden im Rahmen des ersten Projekts das Geschäftspotenzial geschätzt sowie Sollvorgaben entwickelt; das zweite Projekt befindet sich noch in der Entwicklung.
	Entwicklung einer konzernweiten Climate Change Strategie	2009 – 2010	Umsetzung läuft. Eine bereichsübergreifende Climate Change Group wird im vierten Quartal 2009 konstituiert.
	Durchführung eines Carbon-Footprint-Projekts (CFP) für eine konzerneinheitliche Methodik	2009 – 2010	Umsetzung läuft. Kickoff wurde im ersten Quartal 2009 durchgeführt, im vierten Quartal wird eine Vorstandsvorlage erstellt, ab 2010 soll die Implementierung folgen.
	Implementierung eines konzernweiten Umweltmanagementsystems gemäß ISO 14001	2008 – 2010	Umsetzung läuft. Internationales Kick-off fand am 16. Oktober 2008 statt. Im ersten Quartal 2009 wurden die Umweltaspekte bewertet, die rechtlichen Anforderungen ermittelt und die Dokumentation erstellt.

	Teilziele/Maßnahmen	Termin	Stand der Umsetzung
	Ziel: Kosten- und CO₂-Reduktion durch Steuerung der Energieeffizienz in Infrastruktur, Anlagen und Lieferprozess (KPI: Energieverbrauch pro Umsatz)		
Netzwerkinfrastruktur, Anlagen und Transport	Weitere Stromverbrauchsreduzierung im Mobilfunknetz durch Modernisierung der UMTS-Technik	2008 – 2010	Umsetzung läuft.
	Verbesserung der CO ₂ -Bilanz bei Geschäftsreisen durch Prüfung der Möglichkeit, Geschäftsreisen durch virtuelle Meetings zu ersetzen	2008	Umsetzung hat 2009 begonnen. In einem ersten Schritt zur Verbesserung der CO ₂ -Bilanz werden die CO ₂ -Verbrauchswerte bei Dienstreisebuchungen angezeigt.
	Verankerung der CO ₂ -Ziele im Immobilienbereich	2009 – 2011	Umsetzung läuft.
	Weiterentwicklung einer Car Policy unter Berücksichtigung von Umweltaspekten	2009	Umsetzung läuft.
	Durchführung von Öko-Fahrertrainings durch DeTeFleet als Regelangebot für alle Fahrzeugnutzer	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Die Pilotierung ist im vierten Quartal 2008 erfolgt.
		Ziel: Sicherstellung der Einhaltung unserer Sozial- und Umweltstandards in der Lieferkette zur Reduktion von CR-Risiken und möglichen Imageschäden (KPI: Verhältnis überprüfetes Einkaufsvolumen zu Gesamteinkaufsvolumen (Selbstauskunft in E-TASC))	
Nachhaltiges Beschaffungs- und E-Waste-Management	Entwicklung einer konzernweiten E-Waste-Strategie	2008 – 2009	Umsetzung läuft. Das Take-back-Programm (im Sinne eines Life-Cycle-Managements) wurde im zweiten Quartal 2009 gestartet.
	Recycling von 14 675 t Kupferkabel in Deutschland im Rahmen der Umstellung auf Next Generation Network (NGN)	2008	Ziel erreicht.
	Training von 100 % der Beschaffungsmanager zu nachhaltigkeitsrelevanten Themen durch ein Online-Trainings-Tool	2008 (Deutschland) 2009 – 2011 (International)	Für Deutschland: Ziel erreicht. Für unsere internationalen Standorte: Umsetzung läuft.
	Steigerung des Prozentsatzes des nach Nachhaltigkeitskriterien überprüften und bewerteten Einkaufsvolumens auf mindestens 62 %	2008	2008 konnte lediglich eine 30 %ige Abdeckung erreicht werden, sodass die Maßnahme bis 2009 verlängert wurde.
	Steigerung des Anteils der mithilfe von E-TASC und anderen Risiko-Evaluierungsinstrumenten überprüften Lieferanten auf 70 % Ziel: Verminderung von Nachhaltigkeitsrisiken in der Lieferkette	2009 – 2011	Umsetzung läuft.
	Implementierung von Nachhaltigkeitskriterien in individuellen Zielvereinbarungen der Einkäufer	2009 – 2010	Umsetzung läuft.
	Weiterentwicklung von Lieferanten durch Abgleich und Sensibilisierung der Nachhaltigkeitsanforderungen der Deutschen Telekom in mindestens vier Dialogrunden oder Workshops jährlich	2009 – 2011	Für 2009 Ziel erreicht. Im Zeitraum zwischen Januar und April wurden bereits drei Dialogrunden durchgeführt.
	Erhöhung der Anzahl der durchgeführten Lieferantenaudits (Risk Verifications)	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Im ersten Halbjahr 2009 wurden vier Audits durchgeführt, darüber hinaus sind in 2009 zwei weitere Audits geplant.

	Teilziele/Maßnahmen	Termin	Stand der Umsetzung	
	Ziel: Entwicklung und Einsatz nachhaltiger Produkte, Dienste und Lösungen zur Differenzierung gegenüber dem Wettbewerb (KPI: Anteil „grüner Produkte“ an inländischen Umsatzerlösen)			
Nachhaltige Produkte, Kundenlösungen und Services	Deutliche Verbesserung der Servicequalität in Deutschland über alle Kundenkontaktpunkte	2008	Ziel erreicht.	
	250 000 Kunden profitieren vom „top! Service“-Angebot der Deutschen Telekom	2008	Ziel erreicht.	
	Unterstützung der internationalen Initiative „Green Mobile Devices and Accessories“ der Open Terminal Platform (OMTP)	2009	Umsetzung läuft. Die Deutsche Telekom unterstützte die im Februar 2009 erzielte Einigung der Handyhersteller auf die Herstellung eines einheitlichen Ladegeräts für alle Mobiltelefone.	
	Reduktion der Stand-by-Energie: Alle verkauften Endgeräte des Geschäftsfelds Breitband/Festnetz in Deutschland haben ein Schaltnetzteil	2008	Ziel nicht (vollständig) erreicht: – Alle neuen Sinus-Geräte und Router sind mit einem Schaltnetzteil ausgestattet. – Die Media-Receiver werden mit integriertem Schaltnetzteil ausgeliefert. – Die angebotenen Telefonanlagen sind derzeit nur mit Trafonetzteilen versehen.	
	Erhöhung des Wirkungsgrads bei Schaltnetzteilen in Endgeräten auf über 90 %	2009 – 2011	Umsetzung läuft.	
	Entwicklung kundenrelevanter Nachhaltigkeitskriterien	2009	Umsetzung läuft. Im ersten Quartal 2009 wurde ein Workshop mit Kunden aus dem LOHAS-Segment durchgeführt. Für das vierte Quartal 2009 ist ein Follow-upworkshop geplant.	
	Entwicklung und Umsetzung einer Strategie für „Products & Innovation“ zur Verankerung von CR im Produktentwicklungszyklus und Innovationsprozess	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Im zweiten Quartal 2009 wurde die Strategieentwicklung gestartet, die im dritten Quartal 2009 dem Produktvorstand vorgelegt werden soll; ab 2010 soll die Implementierung folgen.	
		Ziel: Best Place to Perform and Grow (KPI: Mitarbeiterzufriedenheit)		
	Neuausrichtung der Personalarbeit zur Verbesserung der internen Kundenorientierung und Erhöhung der Effizienz (HR@2009)	2009	Umsetzung läuft, wobei die Umsetzung in weiten Teilen des Konzerns bereits vollzogen ist.	
	Alle Leitenden Angestellten des nationalen Konzerns absolvieren die Service Akademie	2008	Umsetzung läuft. 95 % der Leitenden Angestellten haben 2008 an der Service Akademie teilgenommen, die verbliebenen 5 % werden dies in 2009 nachholen.	
Deutliche Verbesserung der Gesundheitsquote und Reduzierung der Anzahl der Unfälle	2008 – 2010	Umsetzung läuft.		
Erhöhung der Anzahl der Mitarbeiter, die sich freiwillig in sozialen Projekten engagieren durch Ausweitung der Corporate-Volunteering-Projekte	2009 – 2011	Umsetzung läuft. Am 27. März 2009 wurden erste Piloten gestartet, weitere konkrete Projekte sind in Vorbereitung. Das Corporate-Volunteering-Programm startet Ende 2009.		
Breitenwirksame Kommunikation von CR-Aktivitäten im Konzern	2009	Umsetzung läuft. Der Relaunch unseres CR-Intranetauftritts findet im dritten Quartal 2009 statt. Im vierten Quartal wird ein E-Learning Tool gelauncht.		
Schwerpunktmäßige Einführung von Fachkarrieren	2009 – 2011	Umsetzung läuft.		
Aufbau eines Talentpools für Frauen	2009 – 2011	Umsetzung läuft.		
Konzernweite Einführung der neuen Guiding Principles	2009 – 2010	Umsetzung läuft.		
Group Diversity Management Relaunch Diversity Management: Programm 2009 ff.	2009 – 2012	Umsetzung läuft.		

¹ Maßnahmen zu diesem Handlungsfeld werden 2009 laufend konkretisiert.

² KPI kann im Rahmen der Weiterentwicklung der CR-KPI bis zum vierten Quartal 2009 angepasst werden.

³ Ziel kann Ende 2009 verändert bzw. angepasst werden, nachdem die Ergebnisse einer internen Überprüfung des CO₂-Footprints vorliegen.

Kennzahlen.

Die konzernweite Erhebung und Ausweisung von Kennzahlen in den Bereichen Ökonomie, Soziales und Ökologie ist für uns ein wichtiges Instrument, um die Umsetzung von Zielen zu überprüfen, Maßnahmen zu steuern und Verbesserungspotenziale zu identifizieren. Die Kennzahlen bieten dem Konzern wie der Öffentlichkeit die Möglichkeit, die Fortschritte und Leistungen der Deutschen Telekom einzusehen, zu vergleichen und zu beurteilen. Neu hinzugekommen sind 2008 zwei CR-Leadershipindikatoren zum Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes und zu unserem gesellschaftlichen Engagement. Mit diesen Key Performance Indikatoren (KPI) können wir quantitativ darstellen, inwieweit die Deutsche Telekom mit ihrer Corporate Responsibility (CR) den an sie gestellten Erwartungen entspricht. Weitere KPI zur CR wurden 2009 im Rahmen des CR-Programms entwickelt.  Siehe Seite 48 f.

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 Konzerntöchter mit Mehrheitsbeteiligung. Die griechische OTE-Gruppe wurde erstmals zum 6. Februar 2009 in den Konzernabschluss der Deutschen Telekom einbezogen. In den ausgewiesenen Kunden- und Finanzzahlen des Geschäftsjahrs 2008 ist die OTE nicht enthalten. Die in den Tabellen dargestellten Werte für Griechenland für das Jahr 2008 dienen lediglich als ergänzende Information. Unter Deutsche Telekom Konzern in Deutschland genannte Daten beziehen sich auf alle Standorte der Konzerneinheiten in Deutschland. Angaben zur Deutsche Telekom AG betreffen lediglich die operativen Segmente T-Home sowie die Konzernzentrale & Shared Services.

Der Prüfungsgegenstand wurde gegenüber dem Vorjahr erweitert. Neben ausgewählten Kennzahlen unserer Einheiten in Deutschland wurden auch ausgewählte Kennzahlen von T-Mobile UK und Slovak Telekom aus dem Geschäftsjahr 2008 in die unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung einbezogen.  Siehe auch Seite 57 f. Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung sind mit  gekennzeichnet.

CR-Leadershipindikatoren.

Die neuen CR-Leadershipindikatoren ersetzen die „Sustainability Excellence-Key Performance Indikatoren“ (SE-KPI) aus den Jahren 2006 und 2007. Sie bieten damit die Möglichkeit, die finanzielle wie auch gesellschaftliche Wirkung des CR-Engagements der Deutschen Telekom transparent und vergleichbar darzustellen.

Der erste Leadershipindikator zeigt, wie oft die Deutsche Telekom ein Listing in den Indizes der acht wichtigsten externen Ratingagenturen erreicht hat. Eine Zielerreichung von 100 % entspricht dem Listing der T-Aktie in 8 von 11 Nachhaltigkeitsindizes. Die diesjährige Auswertung zeigt gut nachvollziehbar, dass unsere Nachhaltigkeitsaktivitäten in Fachkreisen mehrheitlich gut bewertet werden.

Gegenüber der detaillierten Darstellung der Bewertung der Nachhaltigkeitsperformance im Vorjahr ist durch diesen Indikator eine bessere und transparentere Übersicht der Listings der Deutschen Telekom gewährleistet.

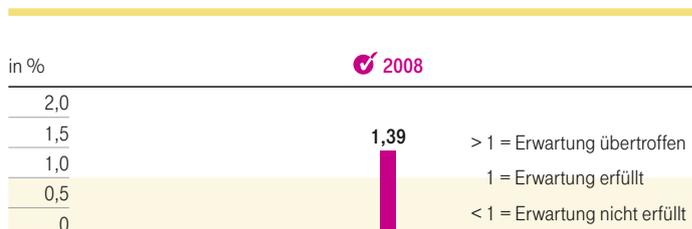
1. CR-Leadershipindikator „Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes (Social Responsible Investment – SRI)“ bzw. Prädikat „Prime“ (oekom).*

Ratingagentur	Indizes (Prime)	 2008 erfüllt	2007 erfüllt	2006 erfüllt
SAM	DJSI World	x	x	x
	DJSI Stoxx	x	x	x
oekom	Prädikat „Prime“	x	x	x
Vigeo	ASPI	x	x	x
	ESI	x	x	x
imug/EIRIS	FTSE4Good	x	x	x
CDP	Carbon Disclosure Leadership Index	nein	x	x
Sarasin	DAX Global Sarasin Sustainability Germany (ab 2007)	x	x	nein
	Global 100 List	nein	x	x
scoris	KLD Global Climate 100	x	x	x
	KLD Global Sustainability	x	x	x
Zielerreichung		100 %	100 %	100 %

* Für eine höhere Übersichtlichkeit wurde die Darstellungsform in 2008 vereinfacht (Listing bzw. Nicht-Listing).

Erstmals wurde 2008 auf Grundlage einer repräsentativen Umfrage ein CR-Leadershipindikator erhoben. Er beruht auf telefonischen Exklusivbefragungen eines unabhängigen Meinungsforschungsinstituts zum gesellschaftlichen Engagement bei der Deutschen Telekom. Interviewt wurden 1 000 Personen aus der deutschen Wohnbevölkerung sowie 250 Vertreter des gehobenen Managements deutscher Unternehmen. Der CR-Leadershipindikator „Gesellschaftliches Engagement“ bewertet das Ausmaß, in dem die Deutsche Telekom die Erwartungen an gesellschaftliches Engagement in Deutschland erfüllt. Als Neuerung gegenüber der Vorjahreskennzahl SE-KPI „Kundenwahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung“ wird nicht nur die Wahrnehmung dieses Themas bewertet. Diese wird vielmehr zusätzlich noch in Relation zu der empfundenen Wichtigkeit des Engagements der Deutschen Telekom betrachtet. Der KPI dient damit als wichtiges Steuerungsinstrument für unsere CR-Prozesse.

2. CR-Leadershipindikator „Gesellschaftliches Engagement“.



Ökonomische Kennzahlen.

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

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

☰ Eine detaillierte Erläuterung dieser ökonomischen Kennzahlen findet sich unter www.telekom.com/investorrelations.

* 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 2008.

Weitere ökonomische Kennzahlen im CR-Onlinebericht:

- 📊 602 Aktienanteil, der von nachhaltigen Investoren in Europa gehalten wird
- 📊 603 Nettowertschöpfung

Ökologische Kennzahlen.

Energieverbrauch Deutsche Telekom Konzern.

in MWh	Stromverbrauch ^a			Heizenergieverbrauch ^a		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Deutschland	2 977 868	2 992 382	2 927 002	613 823	644 637 ^b	758 708
Griechenland ^c	487 284	k. A.	k. A.	20 888	k. A.	k. A.
Großbritannien ^d	289 358	273 635	233 474	7 329	7 529	10 644
Kroatien	116 957	97 711	96 411	32 569	31 603	36 134
Mazedonien	34 134	26 747	36 839	9 826	13 786	14 532
Montenegro	14 158	8 400	10 942	915	1 015	3 810
Niederlande	142 023 ^e	65 534	51 536	4 057 ^{e,f}	k. A.	k. A.
Österreich	92 790	111 993 ^f	65 780	3 612	3 981	4 539
Polen	148 783	151 685 ^f	12 322	k. A.	k. A.	123
Slowakei ^d	89 528	107 049 ^g	103 249	36 122	42 752 ^g	57 012
Tschechien	114 817	87 558	84 782	1 526	5 817	7 092
Ungarn	263 683	205 042	296 205	98 665	81 641	120 964
USA	1 197 329	1 266 276	1 174 379	75 868 ^f	27 119	44 301
Gesamt	5 968 711	5 394 013	5 092 921	905 201	859 879	1 057 861

k. A. = keine Angabe

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

^a Es wurden z. T. Angaben auf einzelne Verbrauchergruppen bzw. auf das gesamte Jahr hochgerechnet und keine vollständig realen Daten verwendet.

^b Dieser Wert wurde gegenüber dem CR-Bericht 2008 korrigiert, da das Hochrechnungsverfahren angepasst wurde.

^c Die 2008er Werte haben lediglich informativen Charakter, aus den Vorjahren liegen keine Vergleichswerte vor.

^d Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte von T-Mobile UK bzw. Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei). Hinweis zu T-Mobile UK: Beim Stromverbrauch wurde eine zusätzliche Verbrauchsstelle (Croydon) in den Scope einbezogen, die organisatorisch zu T-Mobile International gehört (Kontrolle über Verbrauch liegt aber bei T-Mobile UK). Hinweis zu Slovak Telekom: Die Daten setzten sich aus den Werten von Slovak Telekom und der T-Mobile Slovensko zusammen. Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung waren ausschließlich die Daten der Slovak Telekom mit folgenden Werten (Stromverbrauch: 63 826 MWh, Heizenergieverbrauch: 33 141 MWh). Es sind keine Daten zu vermieteten oder angemieteten Gebäuden (außer für die Hauptverwaltung in Bratislava) enthalten.

^e Durch die Integration von Orange NL in T-Mobile Netherlands sind die Werte nicht mit denen des Vorjahres vergleichbar.

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

^g Diese Werte wurden gegenüber dem CR-Bericht 2008 korrigiert. Die hier enthaltenen Daten für T-Mobile Slovensko waren Abschätzungen und wurden durch inzwischen ermittelte Verbrauchsdaten ersetzt.

Unser Stromverbrauch weltweit ist in vielen Ländern von 2007 auf 2008 entsprechend dem Branchentrend gestiegen. Zum Anstieg des Gesamtverbrauchs trugen vor allem die informative Aufnahme der Daten unserer Beteiligungen in Griechenland (OTE, COSMOTE) sowie die Integration von Orange Netherlands in T-Mobile Netherlands bei. In Deutschland konnte der Stromverbrauch u. a. durch Maßnahmen zur Energieeinsparung und Effizienzsteigerung gesenkt werden.

Der allgemein ansteigende Trend beim Verbrauch ist ein Ergebnis der technischen Entwicklung (DSL), der zunehmenden Übertragungsmengen und des Ausbaus der Netze. Weitere Ursache für den Anstieg des Stromverbrauchs im Ausland ist die deutliche Erweiterung der Infrastruktur und der Aktivitäten in einigen Ländern. Der Anstieg des Heizenergieverbrauchs in den USA beruht im Wesentlichen auf einer verbesserten Qualität bei der Datenerhebung.

**Emissionen Deutsche Telekom Konzern.
Direkte Emissionen aus Verbrauch Fuhrpark und Heizung (Scope 1).**

in t CO ₂	2008	2007	2006
Deutschland	✓ 257 220	281 678	309 024
Griechenland ^a	12 934	k. A.	k. A.
Großbritannien ^b	✓ 1 496 ^c	1 537 ^c	8 568
Kroatien	11 139	10 826	13 177
Mazedonien	4 298	4 875	5 881
Montenegro	779	578	1 242
Niederlande	14 451	8 886	k. A.
Österreich	1 632	1 647	2 133
Polen	5 080	5 392	4 895
Slowakei ^b	✓ 12 605	13 025	16 629
Tschechien	3 164	3 522	5 522
Ungarn	29 940	24 308	24 604
USA	33 623	26 576	31 469
Gesamt	388 361	382 849	423 145

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.

Alle Emissionen wurden auf Basis von Energieverbrauchsdaten ermittelt. Es gelten die in den Tabellen zum Energieverbrauch und zum Fuhrpark enthaltenen Fußnoten sinngemäß.

^a Die 2008er Werte haben lediglich informativen Charakter, aus den Vorjahren liegen keine Vergleichswerte vor.

^b Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte von T-Mobile UK bzw. Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei). Hinweis zu Slovak Telekom: Die Daten setzen sich aus den Werten von Slovak Telekom und der T-Mobile Slovensko zusammen. Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung waren ausschließlich die Daten der Slovak Telekom mit folgenden Werten (Direkte Emissionen: 10 071 t CO₂, Indirekte Emissionen: 20 675 t CO₂).

^c Nur aus Heizung (ohne Fuhrpark).

^d Wert entspricht Emissionen aus Fernwärme. Die Emissionen aus Stromverbrauch sind gleich null, da seit Januar 2008 der gesamte Stromverbrauch zu 100% aus erneuerbaren Energiequellen (EEG-Mengen im deutschen Strommix und RECS-Zertifikate) abgedeckt wird. Bei der Prüfung durch PwC lagen 99,87% der erforderlichen RECS-Zertifikate vor. Die fehlenden 0,13% wurden danach beschafft.

Emissionen Deutsche Telekom Konzern. Wir haben, entsprechend der internationalen Entwicklung, unsere Emissionsberechnung und -berichterstattung umgestellt und orientieren uns an den Anforderungen des Greenhouse Gas (GHG) Protocol. Somit berichten wir über unsere Emissionen nunmehr nach sog. Scopes:

- Scope 1: direkte Emissionen aus eigenen Quellen
- Scope 2: indirekte Emissionen aus dem Bezug von elektrischem Strom und Fernwärme

Zu den Scope 3-Emissionen (sonstige indirekte Emissionen) liegen uns noch keine umfassenden Daten vor.

Die Emissionen werden aus dem Verbrauch von elektrischem Strom, Fernwärme und fossilen Energieträgern in reinen CO₂-Werten berechnet. Erstmals sind auch die durch unseren Fuhrpark hervorgerufenen Emissionen integriert.

Die Berechnung erfolgte mithilfe der GHG Protocol Calculation Tools (WBCSD/WRI) und unter Verwendung von Emissionsfaktoren der International Energy Agency (CO₂ Emissions from Fuel Combustion

**Emissionen Deutsche Telekom Konzern.
Indirekte Emissionen aus Strom- und Fernwärmeverbrauch (Scope 2).**

in t CO ₂	2008	2007	2006
Deutschland	✓ 42 048 ^d	603 392	791 399
Griechenland ^a	353 281	k. A.	k. A.
Großbritannien ^b	✓ 146 126	78 567	117 904
Kroatien	39 718	33 577	33 345
Mazedonien	21 403	16 913	23 109
Montenegro	10 137	6 014	7 834
Niederlande	8 349	3 873	4 061
Österreich	21 184	25 429	15 744
Polen	98 048	99 960	8 120
Slowakei ^b	✓ 26 406	32 783	34 676
Tschechien	60 825	47 320	45 917
Ungarn	94 847	73 920	107 348
USA	669 307	707 848	656 478
Gesamt	1 591 724	1 729 597	1 845 937

[2008 Edition], OECD/IEA 2008). Alle Emissionen für den Berichtszeitraum und die beiden Vorjahre wurden auf dieser Basis komplett neu berechnet.

Wie auch in den letzten beiden Jahren konnten wir die klimaschädlichen CO₂-Emissionen in nahezu allen Kategorien – außer Scope 1-Emissionen durch Heizung – wiederum senken. Besonders deutlich fiel die Reduktion der bei der Stromerzeugung anfallenden indirekten Emissionen in Deutschland aus. Neben Maßnahmen zur Energieeinsparung und Erhöhung der Energieeffizienz wurde dies vor allem durch den Kauf von Erneuerbare-Energien-Zertifikaten (RECS, Renewable Energy Certificate System) für mehr als 2 500 GWh erreicht. Zusammen mit dem knapp 17%igen Anteil an erneuerbaren Energien im deutschen Strommix beziehen wir damit seit Anfang 2008 unseren gesamten Strombedarf in Deutschland direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energiequellen. Der TÜV Süd hat dies im Mai 2009 überprüft und bestätigt.

Die bisherige Berechnung der Emissionen aus Strom- und Heizenergieverbrauch über das Globale Emissions-Modell Integrierter Systeme (GEMIS) führen wir parallel fort. Die Ergebnisse sind im CR-Onlinebericht veröffentlicht. 

Spezifische Emissionen Deutsche Telekom Konzern.

in g CO ₂ /kWh	aus Stromverbrauch			aus Heizenergieverbrauch		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Deutschland	✓ 0*	187	255	✓ 226	225	230
Ausland	513	462	476	231	244	254
Gesamt	257	309	349	227	230	237

* Ab 2008 Abdeckung des gesamten Strombedarfs zu 100% aus erneuerbaren Energiequellen (EEG-Mengen im deutschen Strommix und RECS-Zertifikate). Bei der Prüfung durch PwC lagen 99,87% der erforderlichen RECS-Zertifikate vor. Die fehlenden 0,13% wurden danach beschafft.

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

Diagramm. Auch hier wurden die Werte nach GHG Protocol/IEA komplett neu berechnet. Die Fortführung der bisherigen Berichterstattung nach GEMIS erfolgt im CR-Onlinebericht 2009. @ 605

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



— 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
- 6 Verstärkter Einkauf von Strom aus erneuerbaren Quellen und Maßnahmen zur Erhöhung der Energieeffizienz

Die Deutsche Telekom arbeitet mit einem umfangreichen Maßnahmenpaket kontinuierlich daran, die betrieblichen Aktivitäten vom CO₂-Ausstoß zu entkoppeln. So decken wir z. B. seit Januar 2008 unseren Strombedarf in Deutschland vollständig direkt oder indirekt aus erneuerbaren Energien (Anteil im deutschen Strommix und RECS-Zertifikate). Die Fortführung der bisherigen Berichterstattung nach GEMIS erfolgt im CR-Onlinebericht. @ 606

Fahrzeuge und Fahrleistungen Deutsche Telekom Konzern.

Erhebungszeitraum: 2008

	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
Griechenland ^b	2 912	2 776	136	88,6	11,4	23,4	2 845	312
Großbritannien ^c	497	173	324	15,3	83,7	19,8	k. A.	k. A.
Kroatien ^d	1 725	573	1 152	0,5	99,5	30,3	7	2 255
Mazedonien	541	382	159	15,2	84,8	8,4	142	613
Montenegro	167	118	49	7,8	92,2	1,7	17	185
Niederlande ^e	404	53	351	37,6	62,1	39,5	345	4 797
Österreich	261	17	244	0,4	99,6	8,0	13	598
Polen ^f	1 177	800	377	3,3	96,7	25,3	122	1 788
Slowakei ^c	1 830	1 180	650	67,4	32,3	35,1	2 069	1 070
Tschechien	617	470	147	53,3	46,7	17,5	657	592
Ungarn	3 316	2 159	1 157	43,5	54,7	57,2	2 933	2 460
USA	1 436	1 436	0	99,6	0,4	46,9	7 859	4

k. A. = keine Angabe

^a Da einige Auslandsgesellschaften auch Hybrid- und Erdgasfahrzeuge einsetzen, ergeben die Summen der Anteile Otto- zu Dieselmotoren bei diesen nicht 100 %.

^b Die 2008er Werte haben lediglich informativen Charakter.

^c Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte von T-Mobile UK bzw. Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei). Hinweis Großbritannien: Daten stammen von externem Dienstleister und umfassen T-Mobile UK. Hinweis Slowakei: Die Daten setzten sich aus den Werten von Slovak Telekom und der T-Mobile Slovensko zusammen. Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung waren ausschließlich die Daten der Slovak Telekom mit folgenden Werten (Kfz: 1 430, Dienstfahrzeuge: 1 130, Geschäftsfahrzeuge: 300, Anteil Ottomotor: 75,8 %, Anteil Dieselmotor: 23,8 %, Jahresfahrleistung: 27,5 Mio. km, Kraftstoffmenge in Benzin: 1 730 Tsd. l, Kraftstoffmenge in Diesel: 644 Tsd. l); Kfz-Anzahl und Anteil Otto- bzw. Dieselmotor der Slovak Telekom beziehen sich auf den Durchschnittsbestand.

^d Kroatien: Der Austausch von Benzinfahrzeugen durch Dieselfahrzeuge wurde entsprechend der Fuhrparkpolitik fortgeführt.

^e Durch die Integration von Orange NL in T-Mobile Netherlands sind die Werte nicht mit denen des Vorjahres vergleichbar.

^f Polen: Fahrleistung wurde in Anlehnung an Kroatien auf Basis der gemeldeten Kraftstoffverbräuche geschätzt.

Bei allen Fuhrparkdaten gibt es gegenüber dem Vorjahr unterschiedliche Entwicklungen. Die Kfz-Anzahl ist nach Berücksichtigung von Sonder-
effekten leicht zurückgegangen, das gilt ebenso für die Fahrleistung und
den Benzinverbrauch.

Der Fahrzeugbestand der Deutschen Telekom Gruppe hat sich im Jahr
2008 erneut reduziert. Der Verkauf von Unternehmensteilen einerseits
sowie geänderte Nutzungsbedingungen haben zu dieser Senkung der
Fahrzeugzahlen beigetragen. Analog sank im Berichtszeitraum auch die
gesamte Jahresfahrleistung der Flottenfahrzeuge. Die Fahrleistung der
Dienstfahrzeuge konnte trotz geringerer Anzahl der Fahrzeuge organisa-
tionsbedingt und dank eines effizienteren Flottenmanagements jedoch
deutlich gesteigert werden. Die Fahrleistung der Geschäftsfahrzeuge
reduzierte sich hingegen überdurchschnittlich. Die Tabellen zum Durch-
schnittsverbrauch und zur durchschnittlichen Fahrleistung werden wegen
geringer Aussagekraft im diesjährigen CR-Bericht nicht mehr kommuni-
ziert. Bei Bedarf ist eine Berechnung auf Basis der oben gezeigten Tabelle
zum Thema Fuhrpark möglich.

Die deutliche Reduzierung des CO₂-Ausstoßes gegenüber dem Vorjahr
ist die direkte Folge des geänderten Mobilitätsbedarfs im Konzern. Auf-
grund der konsequenten Modellpolitik unseres Mobilitätsdienstleisters,
der DeTeFleetServices, werden ausschließlich energiesparende und somit
schadstoffreduzierte Neufahrzeuge für den Konzern beschafft.

Fuhrpark, Mobilität, Verbrauch und CO₂-Emissionen Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

Stichtag: 31.12.	2008	2007	2006
Fahrzeuge gesamt	39 034	42 591	42 260
Dienstfahrzeuge ^a	27 326	28 460	29 424
Geschäftsfahrzeuge ^b	11 708	14 124	12 836
Fahrleistung (in Mio. km)	820,0^c	922,0^d	905,9
Dienstfahrzeuge ^a	432,0 ^c	416,0 ^d	446,0
Geschäftsfahrzeuge ^b	387,0 ^c	506,0 ^d	459,9
Verbrauch (in Mio. l)	61,3	68,8	68,9
Dienstfahrzeuge ^a	31,6	30,8	33,2
Geschäftsfahrzeuge ^b	29,8	38,0	35,7
CO₂-Emissionen Fuhrpark (in t)	160 700	180 060	179 511
Dienstfahrzeuge ^a	82 596	80 728	86 904
Geschäftsfahrzeuge ^b	78 103	99 332	92 607

^a Inklusive Poolfahrzeuge.

^b Inklusive Betriebsfahrzeuge.

^c Geschätzte Angabe, da nachträglich durchgeführte Fehlerkorrekturen systembedingt nicht voll-
ständig berücksichtigt werden konnten. Eine Abschätzung des Fehlers ist systembedingt für die
gesamte Angabe der Gesamtfahrleistung zum Zeitpunkt der Berichterstellung nicht möglich.

^d Daten errechnet unter Berücksichtigung gleichbleibender Durchschnittsverbräuche im zweiten
Halbjahr.

Abfallaufkommen Deutsche Telekom Konzern.

in t	Gesamtabfall			Technischer Abfall			Sonderabfall		
	2008	2007	2006	2008	2007	2006	2008	2007	2006
Deutschland ^a	✓ 52 454	57 727	53 596	✓ 15 702	21 116	10 948	✓ 6 406	3 290	895
Griechenland ^b	1 834	k. A.	k. A.	1 233	k. A.	k. A.	193	k. A.	k. A.
Großbritannien ^c	✓ 1 997	1 466	2 000	✓ 667	k. A.	k. A.	✓ 2	k. A.	k. A.
Kroatien ^d	726	870	1 297	217	381	649	186	133	320
Mazedonien	133	261	2 688	k. A.	211	317	k. A.	k. A.	k. A.
Montenegro ^e	387	387	s. Ungarn	k. A.	k. A.	s. Ungarn	75	75	s. Ungarn
Niederlande ^f	335	551	277	28	22	92	2	4	1
Österreich	150	181	634	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.	k. A.
Polen ^g	631	462	225	75	36	25	k. A.	k. A.	k. A.
Slowakei ^c	✓ 3 464	3 651	3 905	✓ 1 980	1 478	1 419	✓ 184	334	316
Tschechien	657	705	586	53	59	231	7	11	11
Ungarn	4 919	6 086	8 247	478	1 385	1 892	944	1 598	541
USA ^h	20 976	25 371	12 572	12 073	12 073	12 572	k. A.	k. A.	k. A.
Gesamt	88 664	97 718	86 027	32 506	36 761	28 145	7 998	5 445	2 084

k. A. = keine Angabe

^a Vgl. auch Kommentar: Nachträgliche Korrektur der Werte 2007 durch Verschiebung von Technischem Abfall zu Sonderabfall i. H. v. 4 517 t; Daten basieren im Bereich der Siedlungsabfälle auf Schätzungen und Hochrechnungen.

^b Die 2008er Werte haben lediglich informativen Charakter, aus den Vorjahren liegen keine Vergleichswerte vor.

^c Daten beinhalten durch PwC verifizierte Werte von T-Mobile UK bzw. Slovak Telekom (ohne Strabag Slowakei). Hinweis Slowakei: Die Daten setzen sich aus den Werten von Slovak Telekom und der T-Mobile Slovensko zusammen. Bestandteile der betriebswirtschaftlichen Prüfung waren ausschließlich die Daten der Slovak Telekom mit folgenden Werten (Gesamtabfall: 3 464 t, Technischer Abfall: 1 980 t, Sonderabfall: 184 t). Der Wert für Kommunalabfall von Slovak Telekom bezieht sich teilweise auf Schätzungen.

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

^e Aufgrund ausstehender Datenlieferung werden Vorjahresdaten fortgeschrieben.

^f Durch die Integration von Orange NL in T-Mobile Netherlands sind die Werte nicht mit denen des Vorjahres vergleichbar.

^g Der Wert für Siedlungsabfälle 2007 wurde nachträglich angepasst (- 32 t), da der Wert im Vorjahresbericht auf einer Schätzung beruhte.

^h Aufgrund ausstehender Datenlieferung werden Vorjahresdaten für Technischen Abfall fortgeschrieben.

Ein Kabelbergungsprojekt bei T-Home führte 2007 zu hohen Mengen an Abfällen von Kabeln und Kunststoffen. Da zum Zeitpunkt des Vorjahresberichts keine genaue Zuordnung möglich war, wurden alle Kabelabfälle aus diesem Projekt als technischer Abfall ausgewiesen. Die in den technischen Abfällen enthaltenen Mengen gefährlicher Kabel im Umfang von 4 517,16 t wurden nun für 2007 nachträglich von den technischen Abfällen abgezogen und den gefährlichen Abfällen zugeordnet.

Im weiteren Verlauf des Kabelbergungsprojekts im Jahr 2008 blieb die Menge an technischen und gefährlichen Abfällen auf einem hohen Niveau. Die Verwertung dieser Abfälle erfolgt vorwiegend über den Verwerter Kaska, dessen Verwertungsquote bei ca. 96% liegt.

Die Abfalldaten der Auslandstöchter werden weitgehend aus Rechnungsdaten von Servicedienstleistern ermittelt bzw. aufgrund von Lieferanteninformationen hochgerechnet. Konkrete Nachweise werden in der Regel für gefährliche Abfälle geführt.

Der deutsche Wert für Gesamtabfall beinhaltet auch die Mengen an Siedlungsabfällen und Altpapier. Diese Abfallarten werden 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)	✓ 2008	2007	2006
Verwertungsquote	98	98	98

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.

Weitere ökologische Kennzahlen im CR-Onlinebericht:

- ⑥07 Wasserverbrauch
- ⑥08 Kunden, die Rechnung Online nutzen
- ⑥09 Flächennutzung

Soziale Kennzahlen.

Ausbildungsquote Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

in %*	2008	2007	2006
Ausbildungsquote	9,2	8,4	8,0

* Gerundete Angaben, analog zum jeweiligen Geschäftsbericht.

Ende 2008 lag die Ausbildungsquote des Konzerns in Deutschland bei 9,2% der inländischen Belegschaft ohne Vivento. Die Deutsche Telekom nimmt damit unter den großen deutschen Konzernen eine Spitzenposition ein. Ihr hohes Ausbildungsengagement will die Deutsche Telekom auch künftig fortsetzen. Die Deutsche Telekom und die Dienstleistungsgewerkschaft ver.di vereinbarten, für die Jahre 2008 bis 2010 eine Ausbildungsquote von jährlich 2,9% des jeweiligen Personalbestands an Stammkräften in Deutschland einzuhalten. Für das Jahr 2009 hat der Konzern zugesagt, diese Quote sogar noch zu überschreiten, um seine gesellschaftliche Verantwortung noch stärker wahrzunehmen.

Weiterbildung Telekom Training Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	2008	2007	2006
Seminare	23 428	17 071	16 061
Teilnehmer	155 457	108 943	150 533
Teilnehmertage*	611 846	459 124	393 962
Durchschnittliche Anzahl Qualifizierungstage je Mitarbeiter	3,9	4,2	2,6
Zugriffe Global Teach* (Global Teach ist eine interne E-Learning-Plattform)	417 486	432 900	707 743

* Die Kennzahl beruht teilweise auf Hochrechnungen.

Die Deutsche Telekom hat ihre Weiterbildungsprogramme zur strategischen Personalentwicklung 2008 ausgebaut. Telekom Training, Anbieter von Weiterbildung für den Konzern sowie für den externen Markt in Deutschland, koordiniert und konzipiert die Qualifizierung von Fach- und Führungskräften für die Deutsche Telekom. Die Zahl der Teilnehmer ist 2008 gegenüber dem Vorjahr auf 155 457 angestiegen. Auch die Anzahl der Seminare und die Summe der Teilnehmertage konnten im Berichtszeitraum gesteigert werden. Zusätzlich zur klassischen fachlichen Weiterbildung haben auch die Servicegesellschaften ihr Weiterbildungsangebot intensiviert. Die Zahl der absolvierten Qualifizierungstage liegt dort bei fast 128 000.

Betriebliche Altersvorsorge Deutsche Telekom Konzern in Deutschland.

	31.12.2008	2007	2006
Anzahl der Verträge Telekom Pensionsfonds (gerundete Zahlen)	39 460	39 365	39 400
Fondsvermögen Telekom Pensionsfonds (in Mio. €)*	241,20	213,04	158,20
Kapitalkontenzusagen (arbeitgeberfinanzierte betriebliche Altersversorgung Telekom)	99 267	108 509	115 690

* Das Volumen umfasst das Vermögen aus über den Telekom Pensionsfonds durchgeführter Entgeltumwandlung.

Im Geschäftsjahr 2008 konnte der Telekom Pensionsfonds einen leichten Anstieg der Anzahl der Planteilnehmer verzeichnen. Dem gegenüber stand ein Rückgang an Beiträgen sowie der Anzahl derjenigen Planteilnehmer, die im vergangenen Jahr Entgelt umgewandelt haben.

Zum 31. Dezember 2008 gibt es im Kapitalkontenplan noch 99 267 Zusagen für aktiv Beschäftigte im gesamten Konzern. Neben dem Outsourcing ist auch die Übertragung von Konten aus dem Kapitelkontenplan in den Telekom Pensionsfonds für den deutlichen Rückgang gegenüber 2007 verantwortlich.

Weitere soziale Kennzahlen im CR-Onlinebericht:

- 610 Pulsbefragung spirit@telekom
- 611 Gesundheitsquote
- 612 Unfallentwicklung
- 613 Ideenmanagement
- 614 Patentanmeldungen
- 615 Personalbestandsentwicklung
- 616 Beschäftigtenstruktur
- 617 Altersstruktur
- 618 Vivento Personalbestand
- 619 Anteil Frauen
- 620 Menschen mit Behinderungen
- 621 Anteil Mitarbeiter in Teilzeitbeschäftigung
- 622 Jobticket
- 623 Kennzahlen zu Lieferantenbeziehungen

Bescheinigung über eine unabhängige betriebswirtschaftliche Prüfung.

An die Deutsche Telekom AG, Bonn

Wir haben auftragsgemäß eine betriebswirtschaftliche Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit ausgewählter Angaben des Corporate Responsibility Berichts 2009 „Wir leben Verantwortung.“ („CR-Bericht“) für das Kalenderjahr 2008 der Deutsche Telekom AG, Bonn, durchgeführt.

Verantwortung der gesetzlichen Vertreter. Der Vorstand der Deutsche Telekom AG ist verantwortlich für die Erstellung des CR-Berichts in Übereinstimmung mit den in den Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (Seite 7 bis 17) der Global Reporting Initiative (GRI) genannten Kriterien:

- Wesentlichkeit,
- Einbezug von Stakeholdern,
- Nachhaltigkeitskontext,
- Vollständigkeit,
- Ausgewogenheit,
- Klarheit,
- Genauigkeit,
- Aktualität,
- Vergleichbarkeit und
- Zuverlässigkeit.

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

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 Angaben im CR-Bericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind. Diese ausgewählten Angaben befinden sich in den Unterkapiteln des Kapitels „Verantwortungsvolle Unternehmensführung“ (ohne Berücksichtigung von Inhalten anderer Seiten des CR-Berichts oder des CR-Onlineberichts, auf die in den Unterkapiteln verwiesen wird), im Kapitel „CR-Programm 2009“ sowie im Kapitel „Kennzahlen“ des CR-Berichts. Darüber hinaus wurden wir beauftragt, auf Basis der Ergebnisse unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Nachhaltigkeitsmanagements und der CR-Berichterstattung auszusprechen.

Wir haben unsere betriebswirtschaftliche Prüfung unter Beachtung des International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3 000 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 (z. B. einer Jahresabschlussprüfung gemäß § 317 HGB) weniger umfangreich, sodass dementsprechend eine geringere Sicherheit gewonnen wird.

Die Auswahl der Prüfungshandlungen liegt im pflichtgemäßen Ermessen des Wirtschaftsprüfers. Im Rahmen unserer betriebswirtschaftlichen Prüfung haben wir u. a. folgende Tätigkeiten durchgeführt:

- Vor-Ort-Besuche in der Konzernzentrale (Bonn), bei den Ländergesellschaften T-Mobile UK (London) und Slovak Telekom (Bratislava) sowie an den Betriebsstandorten Berlin, München, Darmstadt und Bonn im Rahmen der Untersuchung der Prozesse zur Erhebung, Analyse und Aggregation der ausgewählten Angaben;
- Befragung von Mitarbeitern der für die Erstellung des CR-Berichts verantwortlichen zentralen Bereichs Corporate Responsibility über den Prozess zur Erstellung des CR-Berichts und über das auf diesen Prozess bezogene interne Kontrollsystem;
- Einsichtnahme in die Unterlagen zur Beschreibung und Freigabe der CR-Strategie sowie Nachvollzug der CR-Organisationsstruktur, des Stakeholderdialogs sowie des Entwicklungsprozesses des CR-Programms der Deutsche Telekom AG;
- Abgleich von ausgewählten Daten mit den entsprechenden Angaben im Geschäftsbericht 2008 der Deutsche Telekom AG;
- Befragung von Mitarbeitern der Bereiche Corporate Responsibility, Einkauf, Fuhrparkmanagement, Ideenmanagement, Personal sowie von Mitarbeitern des externen Dienstleisters, der mit Energiemanagement des Konzerns Deutsche Telekom in Deutschland beauftragt ist;
- Untersuchung der Methoden und Prozesse zur Ermittlung der CO₂-Emissionen hinsichtlich der Vorgehensweise und der Verantwortlichkeiten, Systemgrenzen, Datenquellen und Emissionsfaktoren sowie die Verwertung der Prüfungsergebnisse eines externen Prüfers aus der Vorabbestätigung vom 4. Juni 2009 bezogen auf die Daten für das Kalenderjahr 2008 zum Elektrizitätsbedarf des Konzerns Deutsche Telekom in Deutschland;
- Erlangung von Nachweisen für die Richtigkeit der mit einem Häkchensymbol (✔) gekennzeichneten Angaben, u. a. durch Einsichtnahme in interne Dokumente, Verträge und in die Rechnungen/Berichte von externen Dienstleistern 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 Angaben im CR-Bericht in wesentlichen Belangen nicht in Übereinstimmung mit den Kriterien der Sustainability Reporting Guidelines Vol. 3 (Seite 7 bis 17) der GRI erstellt worden sind.

Ergänzende Hinweise – Empfehlungen. Ohne das oben dargestellte Ergebnis unserer Prüfung einzuschränken, sprechen wir folgende Empfehlungen zur Weiterentwicklung des CR-Managements und der CR-Berichterstattung aus:

- Weitere Umsetzung des begonnenen internationalen Roll-Outs der CR-Strategie sowie Sicherstellung und Dokumentation der operativen Umsetzung der Ziele durch die einzelnen Business Units;
- Weitere Verankerung des CR-Managements auf Ebene der Segmente und Business Units unter Berücksichtigung der Umstrukturierungen im Konzern und Dokumentation der zugehörigen Informationsflüsse;
- Gewährleistung einer transparenten und kontinuierlichen Berichterstattung über die Zielerreichung des CR-Programms sowie Kommunikation der entsprechenden Key-Performance-Indikatoren zur Zielerreichung an die Stakeholder;
- Konzernweite Vereinheitlichung der Definitionen der CR-Kennzahlen;
- Konzernweite konsequente Anwendung und Dokumentation der notwendigen Kontrollverfahren zur CR-Datenerhebung auf allen organisatorischen Ebenen;
- Einführung eines konzernweiten IT-Anwendungssystems zur konzernweiten Erfassung, Kontrolle und Archivierung von CR-Daten.

Frankfurt am Main, den 26. Juni 2009

PricewaterhouseCoopers
Aktiengesellschaft
Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

gez. Michael Werner

gez. ppa. Nina Müller
Wirtschaftsprüfer

GRI-Index und Global Compact Fortschrittsbericht.

GRI-Index. Die Vorgaben der Global Reporting Initiative (GRI) sind für die Corporate Responsibility (CR-)Berichterstattung der Deutschen Telekom maßgeblich. Der vorliegende CR-Bericht 2009 der Deutschen Telekom erfüllt in vollem Umfang die geltenden Leitlinien (G3) der GRI sowie deren Sector Supplements für Unternehmen der Telekommunikationsbranche in ihrer Pilotversion aus dem Jahr 2003. Die GRI hat die Übereinstimmung mit beiden Anforderungskatalogen geprüft und mit „A+“, dem höchsten Application Level, bestätigt.

Der nachfolgende GRI-Index informiert darüber, in welchem Umfang wir die Indikatoren der GRI berücksichtigen und an welcher Stelle im vorliegenden CR-Bericht dies geschieht. Darüber hinaus enthält der Index Verweise auf GRI-relevante Textstellen im CR-Onlinebericht 2009 und in weiteren Konzernpublikationen der Deutschen Telekom. Zusätzliche Indikatoren, die wir berücksichtigt haben, ohne dass dies für die Erreichung des Levels „A+“ notwendig wäre, sind grau dargestellt.

Einen ausführlichen GRI-Index mit ergänzenden Erklärungen zu den einzelnen Indikatoren finden Sie im CR-Onlinebericht 2009. Dort geben wir außerdem Auskunft darüber, warum wir bestimmte Indikatoren nicht ausweisen. Dies ist u. a. in dem Materiality-Prozess begründet, den wir der Themenauswahl für diesen Bericht vorangestellt haben.  Siehe Seite 12.

Global Compact Fortschrittsbericht. Der vorliegende CR-Bericht dient auch als Fortschrittsbericht (Communication on Progress – COP) der Deutschen Telekom im Rahmen des Global Compacts der Vereinten Nationen. Die dem GRI-Index folgende Tabelle verweist auf die Textstellen, an denen wir im vorliegenden CR-Bericht, im CR-Onlinebericht 2009 sowie in weiteren Konzernpublikationen über unser Engagement zur Umsetzung der zehn Prinzipien des Global Compacts Auskunft geben.

Indikator	Verweis	Status
1. Strategie und Analyse		
1.1 Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers	 S. 2 f.	●
1.2 Wichtigste Auswirkungen, Risiken und Chancen	 GB 2008 S. 44  701	●
2. Organisationsprofil		
2.1 Name der Organisation	 S. 4 f., Kontakt und Impressum	●
2.2 Marken, Produkte bzw. Dienstleistungen	 S. 4 f.	●
2.3 Organisationsstruktur	 S. 4 f.; GB 2008 S. 55 ff.	●
2.4 Hauptsitz der Organisation	 S. 4 f.; GB 2008 S. 56	●
2.5 Länder der Geschäftstätigkeit	 S. 4 f.; GB 2008 S. 53 ff.	●
2.6 Eigentümerstruktur	 GB 2008 S. 56 ff.	●
2.7 Märkte	 S. 4 f.; GB 2008 S. 55 f., 62 f.	●
2.8 Größe der Organisation	 S. 4 f.; GB 2008 S. 52 ff., 65 ff., 91 f.	●
2.9 Veränderungen der Größe, Struktur oder Eigentumsverhältnisse	 S. 4 f.; GB 2008 S. 55 ff.; PB 2008/2009 S. 6 f., 8 ff.	●
2.10 Preise	 Das Jahr im Zeitraffer, S. 23 ff., 40 ff., 43 f.  702	●

Indikator	Verweis	Status
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	●
3.5 Vorgehensweise bei der Bestimmung des Berichtsinhalts	 Über diesen Bericht, S. 11 ff.	●
3.6 Berichtsgrenze	 Über diesen Bericht	●
3.7 Beschränkungen des Berichtsumfangs	 Über diesen Bericht	●
3.8 Joint Ventures, Töchter, Outsourcing	 GB 2008 S. 55 ff. www.telekom.com> Konzern>Weltweit	●
3.9 Datenerfassung	 Über diesen Bericht, S. 50 ff., 57  703	●
3.10 Neue Darstellung von Informationen aus alten Berichten		●
3.11 Veränderungen des Umfangs, der Berichtsgrenzen oder der Messmethoden	 Über diesen Bericht, S. 50 ff.	●
3.12 GRI Content Index	vorliegend	●
3.13 Bestätigung durch externe Dritte	 Über diesen Bericht, S. 57	●
4. Governance, Verpflichtungen und Engagement		
4.1 Führungsstruktur der Organisation	 S. 7 ff., 10; GB 2008 S. 28 f., 42 f.	●
4.2 Angabe, ob der Vorstandsvorsitzende gleichzeitig Geschäftsführer ist	 GB 2008 S. 28	●
4.3 Unabhängige Mitglieder des höchsten Leitungsorgans	 GB 2008 S. 28 f.	●
4.4 Mechanismen für Empfehlungen von Aktionären und Mitarbeitern an den Vorstand	 S. 11 ff.; GB 2008 S. 30 ff., 42 f.; PB 2008/2009 S. 21 ff.  704;  705	●
4.5 Kopplung der Vorstandsvergütung an die Unternehmensleistung	 GB 2008 S. 45 f.	●
4.6 Mechanismen zur Vermeidung von Interessenkonflikten im Vorstand	 GB 2008 S. 44	●
4.7 Qualifikation der Vorstandsmitglieder in Bezug auf Nachhaltigkeitsthemen	 S. 10 f.	●
4.8 Leitbilder, Verhaltenskodizes und Prinzipien	 S. 7, 14 f., 44 ff.  706	●
4.9 Verfahren des Vorstands zur Überwachung der Nachhaltigkeitsleistung	 S. 7 ff., 9, 10 f., 48 f.	●
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Nachhaltigkeitsleistung des Vorstands	 S. 7, 9, 10, 48 f., 50 ff.; GB 2008 S. 45  707	●
4.11 Vorsorgeprinzip	 S. 14; GB 2008 S. 43 f.  708	●
4.12 Externe Vereinbarungen, Prinzipien oder Initiativen	 S. 7, 11, 17 f., 20 f., 44 f.  709	●
4.13 Mitgliedschaften	 S. 11, 17 f., 44 f.	●
4.14 Stakeholdergruppen	 S. 11 ff., 17 ff., 35, 40 ff.  710;  711;  712	●
4.15 Auswahl der Stakeholdergruppen	 S. 11 ff.  713;  714;  715	●
4.16 Einbeziehung von Stakeholdern	 S. 11 ff., 17 ff., 27 f., 35 f., 40 ff.  716;  717;  718	●
4.17 Fragen und Bedenken von Stakeholdern	 S. 11, 17 ff., 27, 35 f., 40 ff.  719;  720; 721	●
Ökonomische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	 S. 4 f.; GB 2008 S. 59 f.	●
EC1 Unmittelbar erzeugter und ausgeschütteter wirtschaftlicher Wert	 S. 51; GB 2008 S. 49  722	●
EC2 Finanzielle Folgen des Klimawandels	 S. 36 f., 40 ff.; GB 2008 S. 104  723	●
EC3 Umfang der betrieblichen sozialen Zuwendungen	 S. 56; GB 2008 S. 65 ff., 111 ff.  724	●
EC4 Finanzielle Zuwendungen der öffentlichen Hand		●
EC5 Eintrittsgehälter im Verhältnis zum lokalen Mindestlohn	 GB 2008 S. 91 ff.; PB 2008/2009 S. 15	●

Indikator	Verweis	Status
EC6 Standortbezogene Auswahl von Zulieferern	☞ S. 17 ff., 23 f. ☞ 725	●
EC7 Standortbezogene Personalauswahl	☞ S. 23 ff.; PB 2008/2009 S. 24 ff., 33 ff. ☞ 726	●
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen für das Gemeinwohl	☞ S. 4 ff., 25 f., 28 ff., 31 ff. ☞ 727	●
EC9 Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen	☞ 728	●
Ökologische Leistungsindikatoren		
Managementansatz	☞ S. 27 f., 31 ff., 40 ff.; GB 2008 S. 84	●
EN1 Eingesetzte Materialien		◆
EN2 Recyclingmaterial	☞ S. 47	●
EN3 Direkter Primärenergieverbrauch	☞ S. 51 ff. ☞ 729	●
EN4 Indirekter Primärenergieverbrauch	☞ S. 51 ff. ☞ 730	●
EN5 Energieeinsparung	☞ S. 27 f., 36 f., 51 ff. ☞ 731	●
EN6 Initiativen für Energieeffizienz und erneuerbare Energien	☞ S. 7, 27 f., 36 f.	●
EN7 Initiativen zur Verringerung des indirekten Energieverbrauchs	☞ S. 27 f., 36 f., 51 ☞ 732	●
EN8 Gesamtwasserentnahme	☞ 733	●
EN9 Auswirkung des Wasserverbrauchs		◆
EN10 Rückgewonnenes und wiederverwendetes Wasser		◆
EN11 Grundstücke in oder an der Grenze zu Schutzgebieten		◆
EN12 Auswirkungen auf die Biodiversität	☞ 734	●
EN13 Geschützte oder wiederhergestellte natürliche Lebensräume		◆
EN14 Strategien zum Schutz der Biodiversität	☞ Das Jahr im Zeitraffer ☞ 735	●
EN15 Gefährdete Arten	☞ S. 27 f., 47 ☞ 736	●
EN16 Treibhausgasemissionen	☞ S. 7, 27, 38 ff., 40 ff., 51 ff. ☞ 737	●
EN17 Andere Treibhausgasemissionen	☞ S. 51	●
EN18 Initiativen zur Verringerung von Treibhausgasemissionen	☞ S. 11 ff., 27 f., 36 f., 40 ff., 51 ff.	●
EN19 Emissionen Ozon abbauender Stoffe	☞ S. 20	●
EN20 NO _x , SO _x und andere Luftemissionen	☞ 738	●
EN21 Abwassereinleitung		◆
EN22 Abfall nach Art und Entsorgungsmethode	☞ S. 51 ff. ☞ 739	●
EN23 Wesentliche Freisetzen		◆
EN24 Gefährliche Abfälle nach der Basler Konvention		◆
EN25 Auswirkung von Abwasser auf die Biodiversität		◆
EN26 Initiativen zur Minimierung von Umweltauswirkungen	☞ S. 7 ff., 27 f., 36 ff.	●
EN27 Verpackungsmaterial		●
EN28 Sanktionen wegen Umweltverstößen	☞ GB 2008 S. 101 f.	●
EN29 Auswirkungen des Transports	☞ S. 27 f., 46	●
EN30 Ausgaben für den Umweltschutz		●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Arbeitspraktiken & Menschenwürdige Beschäftigung		
Managementansatz	☞ S. 23 ff.; PB 2008/2009 S. 8 ff.	●
LA1 Mitarbeiter nach Beschäftigungsverhältnis und Region	☞ S. 4 f., 23 ff., 56; PB 2008/2009 S. 3 f. ☞ 740	●
LA2 Mitarbeiterfluktuation	☞ PB 2008/2009 S. 2 ☞ 741	●
LA3 Leistungen für Vollzeitangestellte	☞ S. 56; GB 2008 S. 92 f. www.telekom.com>Karriere> ArbeitgeberTelekom>Vergütung ☞ 742	●
LA4 Mitarbeiter mit Tarifverträgen	☞ S. 23 ff.; PB 2008/2009 S. 15	●
LA5 Mitteilungsfrist(en) in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	☞ PB 2008/2009 S. 12 ff., 34	●
LA6 In Arbeitsschutzausschüssen vertretene Mitarbeiter		●
LA7 Berufskrankheiten, Ausfalltage und arbeitsbedingte Todesfälle	☞ PB 2008/2009 S. 17 ☞ 743	●

Indikator	Verweis	Status
LA8 Beratung und Schulung zu ernsthaften Krankheiten	☞ PB 2008/2009 S. 15 ff. ☞ 744; ☞ 745	●
LA9 Arbeits- und Sicherheitsvereinbarungen mit Gewerkschaften		●
LA10 Aus- und Weiterbildung der Mitarbeiter	☞ S. 23 ff., 56; PB 2008/2009 S. 24 ff. ☞ 746	●
LA11 Programme zu Lebenslangem Lernen	☞ S. 23 ff.; PB 2008/2009 S. 24 ff. ☞ 747	●
LA12 Leistungsbeurteilung und Entwicklungsplanung von Mitarbeitern	☞ S. 23 ff.; PB 2008/2009 S. 24 ff. ☞ 748; ☞ 749	●
LA13 Zusammensetzung von Führungsgremien	☞ S. 23 ff.; GB 2008 S. 38 ff.; PB 2008/2009 S. 27 ☞ 750; ☞ 751	●
LA14 Lohnunterschiede nach Geschlecht	☞ S. 23 ff. ☞ 752	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Menschenrechte		
Managementansatz	☞ S. 17 f., 19 ff.	●
HR1 Investitionsvereinbarungen	☞ S. 17 f., 19 ff.	●
HR2 Prüfung der Zulieferer zu Menschenrechtsfragen	☞ S. 17 f., 19 ff.	●
HR3 Schulungen zu Menschenrechten	☞ S. 7 ff., 10, 14 ff., 17 ff.	●
HR4 Vorfälle von Diskriminierung	☞ S. 14 f. ☞ 753; ☞ 754	●
HR5 Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen	☞ www.telekom.com/dtag/cms/ content/dt/de/214006 www.telekom.com>Verantwortung>Globale Verantwortung> Nachhaltige Beschaffung ☞ 755	●
HR6 Kinderarbeit	☞ S. 17 f., 19 ff.	●
HR7 Zwangsarbeit	☞ S. 17 f., 19 ff. ☞ 756	●
HR8 Schulung des Sicherheitspersonals	☞ S. 7, 17 f., 20 ff.	●
HR9 Verletzung der Rechte von Ureinwohnern		◆
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesellschaft		
Managementansatz	☞ S. 7 ff., 14 f., 28 f. ☞ 757	●
SO1 Auswirkungen auf das Gemeinwesen	☞ S. 28 f., 31 ff.; GB 2008 S. 96 ff. ☞ 758; ☞ 759; ☞ 760	●
SO2 Korruptionsrisiken	☞ S. 14 f., 17 ff.; GB 2008 S. 42 ff. ☞ 761; ☞ 762	●
SO3 Schulungen zur Antikorruptionspolitik	☞ S. 14 f., 17 ff., 19; GB 2008 S. 94 f. ☞ 763	●
SO4 Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	☞ S. 14 f., 17 ff., 19 ☞ 764	●
SO5 Lobbying	☞ S. 31 ff.	●
SO6 Zuwendungen an Parteien und Politiker		●
SO7 Klagen aufgrund von wettbewerbswidrigem Verhalten	☞ GB 2008 S. 101 f.	●
SO8 Sanktionen wegen Verstößen gegen Rechtsvorschriften	☞ GB 2008 S. 101 f.	●
Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Produktverantwortung		
Managementansatz	☞ S. 14 f., 39 ff. ☞ 765	●
PR1 Auswirkungen auf die Gesundheit entlang der Produktlebensdauer	☞ S. 35 f., 44 f.	●
PR2 Verstöße gegen Gesundheitsstandards	☞ GB 2008 S. 101 f.	●
PR3 Produktinformationen	☞ S. 40 ff., 44 f., 46	●
PR4 Verstöße gegen Standards zur Kennzeichnung von Produktinformationen	☞ GB 2008 S. 101 f.	●
PR5 Kundenzufriedenheit	☞ S. 40 ff., 46 ☞ 766	●
PR6 Standards in Bezug auf Werbung	☞ S. 44 f. ☞ 767	●
PR7 Verstöße gegen Marketingstandards	☞ GB 2008 S. 101 f.	●
PR8 Verletzung des Schutzes der Kundendaten	☞ Das Jahr im Zeitraffer, S. 14 ff. www.telekom.com/datenschutz	●
PR9 Sanktionen wegen Produkt- und Dienstleistungsaufgaben	☞ GB 2008 S. 101 f.	●

GRI Sector Supplement der Telekommunikationsbranche (Pilotversion 1.0).

Indikator	Verweis	Status
Betriebliche Abläufe		
Investitionen		
IO1	Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen ☰ S. 31 ff. 📍 768	●
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 www.t-mobile.de>Über T-Mobile>Umwelt und Sicherheit 📍 769	●
IO4	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Endgeräten ☰ S. 35 f., 45 f. www.t-mobile.de>Über T-Mobile>Umwelt und Sicherheit 📍 770	●
IO5	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Basisstationen ☰ S. 35 f., 45 f. www.t-mobile.de>Über T-Mobile>Umwelt und Sicherheit 📍 771	●
IO6	Maßnahmen bezüglich der SAR-Werte von Endgeräten ☰ S. 35 f., 45 f. www.t-mobile.de>Über T-Mobile>Umwelt und Sicherheit 📍 772	●
Infrastruktur		
IO7	Maßnahmen hinsichtlich Platzierung von Sendemasten ☰ S. 11 f., 35 f., 45 f.	●
IO8	Anzahl der allein und gemeinsam genutzten Sendemasten ☰ S. 35 f., 45 f. www.t-mobile.de>Über T-Mobile>Umwelt und Sicherheit 📍 773	◐
Bereitstellung von Zugang		
Zugang zu Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen: Überwindung des Digital Divide		
PA1	Strategien und Maßnahmen in wenig besiedelten Gebieten ☰ S. 31 ff., 43 📍 774	●
PA2	Strategien und Maßnahmen zur Überwindung von Zugangs- und Nutzungsbarrieren ☰ S. 43 📍 775	●
PA3	Strategien und Maßnahmen zur Sicherung der Verfügbarkeit und Verlässlichkeit von Produkten und Dienstleistungen 📍 776	●
PA4	Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Produkten und Dienstleistungen ☰ S. 31 ff., 39 ff.	●
PA5	Anzahl und Arten von Produkten und Dienstleistungen, die für Geringverdienende und Menschen ohne Einkommen zur Verfügung gestellt werden ☰ S. 43 📍 777	●
PA6	Programme und Maßnahmen zur Bereitstellung und Erhaltung von Diensten in Notsituationen 📍 778	●
Zugang zu Inhalten		
PA7	Strategien und Maßnahmen, um Menschenrechtsthemen mit Bezug zu Zugang und Nutzung von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen zu gewährleisten ☰ S. 20 ff., 43 f. 📍 779	◐
Kundenbeziehungen		
PA8	Strategien und Maßnahmen zur Kommunikation von EMF-bezogenen Themen in der Öffentlichkeit ☰ S. 35, 44 f.	●
PA9	Investitionen in Aktivitäten zur Erforschung elektromagnetischer Felder ☰ S. 26	◐
PA10	Initiativen zur Gewährleistung transparenter Gebühren und Tarife ☰ S. 44	●
PA11	Initiativen zur Kundenberatung zur verantwortungsvollen, effizienten und umweltfreundlichen Produktnutzung ☰ S. 40 ff.	●
Technische Anwendungen		
Ressourceneffizienz		
TA1	Beispiele für Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten und -dienstleistungen ☰ S. 40 ff.	●
TA2	Beispiele für den Ersatz physischer Objekte durch Telekommunikation ☰ S. 39 ff.	●
TA3	Änderung des Kundenverhaltens durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen ☰ S. 39 ff.	●

Indikator	Verweis	Status
TA4	Auswirkungen durch die Nutzung der oben genannten Produkte und Dienstleistungen und „Lessons Learned“ für die zukünftige Entwicklung ☰ S. 7 ff., 39 ff.	●
TA5	Praktiken in Bezug auf Urheberrechte ☰ GB 2008 S. 90 📍 780	●

Global Compact Fortschrittsbericht.

Prinzip	Verweis	Status
Prinzip 1	Unterstützung und Respektierung der internationalen Menschenrechte ☰ Das Jahr im Zeitraffer, S. 7, 10, 14 ff., 17 f., 19, 20 ff., 23 f., 31 ff., 35, 44 f., 56; GB 2008 S. 38 ff., 91 ff., 101 f.; PB 2008/2009 S. 17, 15 ff., 27 www.telekom.com>Verantwortung>Globale Verantwortung>Nachhaltige Beschaffung www.telekom.com>Konzern>Datenschutz www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 📍 781; 📍 782; 📍 783; 📍 784; 📍 785	●
Prinzip 2	Keine Beteiligung des Unternehmens an Menschenrechtsverletzungen ☰ S. 7, 10, 14 ff., 17 f., 19, 20 ff., 31 ff. www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 www.telekom.com>Verantwortung>Globale Verantwortung>Nachhaltige Beschaffung 📍 786; 📍 787; 📍 788	●
Prinzip 3	Wahrung der Vereinigungsfreiheit und des Rechts auf Kollektivverhandlungen ☰ S. 23 f., 17 f., 19, 20 ff., 31 ff.; PB 2008/2009 S. 12 ff., 15, 34 www.telekom.com/dtag/cms/content/dt/de/214006 www.telekom.com>Verantwortung>Globale Verantwortung>Nachhaltige Beschaffung 📍 789	●
Prinzip 4	Abschaffung jeder Art von Zwangsarbeit ☰ S. 17 f., 19, 20 ff., 31 ff. 📍 790	●
Prinzip 5	Abschaffung der Kinderarbeit ☰ S. 17 f., 19, 20 ff., 31 ff.	●
Prinzip 6	Keine Diskriminierung bei Anstellung und Beschäftigung ☰ S. 10, 14 ff., 17 f., 19, 20 ff., 23, 31 ff., 56; GB 2008 S. 38 ff.; PB 2008/2009 S. 2, 27, 24 ff., 33 ff. 📍 791; 📍 792; 📍 793	●
Prinzip 7	Unterstützung eines vorsorgenden Ansatzes im Umgang mit Umweltproblemen ☰ S. 7 ff., 11 ff., 27, 31 ff., 36 ff., 40 ff., 51 ff.; GB 2008 S. 104 📍 794	●
Prinzip 8	Förderung von Initiativen für ein größeres Verantwortungsbewusstsein für die Umwelt ☰ Das Jahr im Zeitraffer, S. 7 ff., 11 f., 20 ff., 27, 31 ff., 36 ff., 40 ff., 44 f., 46, 47, 51 ff.; GB 2008 S. 101 f. 📍 795; 📍 796	●
Prinzip 9	Entwicklung und Verbreitung umweltfreundlicher Technologien ☰ S. 7 ff., 11 f., 27, 31 ff., 36 ff., 40 ff., 47, 51 ff. 📍 797	●
Prinzip 10	Gegen alle Arten der Korruption eintreten einschließlich Erpressung und Bestechung ☰ S. 14 ff., 17 f., 19, 31 ff.; GB 2008 S. 42 ff., 94 f. 📍 798; 📍 799	●

Verweise

- ☰ Printversion CR-Bericht 2009
- ☰ GB 2008 (Geschäftsbericht 2008)
- ☰ PB 2008/2009 (Personalbericht 2008/2009)
- 📍 CR-Onlinebericht 2009

Status

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

Stichwortverzeichnis.

Stichwort Seite

A

Aus- und Weiterbildung 14, 17, 23, 49, 56

B

Beschaffung Das Jahr im Zeitraffer, 9, 12 f., 16 ff., 49

Bildungsengagement 28 f.

Breitband 5, 8, 10, 29, 30 ff., 43, 46

C

CO₂-Fußabdruck Das Jahr im Zeitraffer, 11, 19, 27 f., 42

Code of Conduct 14 f., 17

Compliance Das Jahr im Zeitraffer, 9, 14 f.

Connect the Unconnected 8, 12, 14, 43 f., 48

Connected Life and Work 8, 12, 14, 23, 26, 39, 48

CR-Governance 10 f., 48

CR-Strategie Das Jahr im Zeitraffer, Über diesen Bericht, 7 ff., 10 ff., 29, 48, 57 f.

D

Datenschutz und -sicherheit Das Jahr im Zeitraffer, 7, 15, 60 f.

Deutsche Telekom Laboratories 6, 22, 25 f.

Deutsche Telekom Stiftung Das Jahr im Zeitraffer, 11, 29, 48

Digitale Dividende 34 f.

Digitale Spaltung 31 ff., 43 f.

Diversity 8, 25

DSL 5, 32 ff., 48, 51

E

E-Government 8, 40

Elektromagnetische Felder (EMF) 26, 35 f., 45 f.

Energiemanagement und Energieeffizienz 8 f., 13, 19, 26 ff., 31, 33, 39 ff., 51 ff., 36 f., 49, 57

Enhanced Data Rates for GSM Evolution (EDGE) 33 f., 37

Erneuerbare Energien 8, 27, 36, 42, 52, 60

F

Fuhrparkmanagement 5, 27 f., 54 f., 57

G

Global Compact Über diesen Bericht, 3, 9, 12, 17, 20, 59 ff.

Global e-Sustainability Initiative (GeSI) 13, 18, 20 f., 40, 48

Global Reporting Initiative (GRI) Über diesen Bericht, 3, 12, 57 f., 59 ff.

Green Dynamics 36 f., 41 f.

Green ICT 3, 9 f., 36, 40 f.

H

High Speed Downlink Packet Access (HSDPA) 33 f.

High Speed Uplink Packet Access (HSUPA) 33 f.

Stichwort Seite

J

Jugendschutz 44 f.

K

Key Performance Indikatoren (KPI) 8 f., 17, 48 f., 50

Konzernstrategie 4, 10

Korruptionsbekämpfung 15, 17, 20

L

Low Carbon Society 8, 12 ff., 23, 27, 39 ff., 48

M

Menschenrechte 14, 17, 20 f.

P

Personalumbau 5, 14, 23

R

Recycling 14, 20, 47, 49

Ressourcenmanagement 7, 27f., 47

S

Selbstverpflichtungen 36, 44 f.

Social-Audit-Prozess 18

Social Responsible Investment (SRI) 3, 13 f., 19, 21, 48, 50

Stakeholderdialoge 11 ff., 19, 36, 48

T

T-City Das Jahr im Zeitraffer, 26, 43, 46

U

Umweltmanagementsystem 27, 48

Umwelt- und Klimaschutz Das Jahr im Zeitraffer, 3, 8, 11 ff., 20, 23, 27 f., 31, 36 f., 40 ff.

Universal Mobile Telecommunications System (UMTS) 31, 33 ff., 43, 49

Unternehmenskultur 7, 15, 29

V

Verbraucherschutz 44 f.

Very High Speed Digital Subscriber Line (VDSL) 31 ff., 48

W

WLAN 34, 45

Work-Life Das Jahr im Zeitraffer, 24, 39 f.

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 zugrunde 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 2009 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:
Luis Neves
Leiter Corporate Responsibility
Telefon: 0800-7381220
E-Mail: corporate.responsibility@telekom.de

Weitere Informationen zum CR-Engagement der Deutschen Telekom erhalten Sie im CR-Onlinebericht 2009 unter:
www.telekom.com/cr-bericht2009
sowie unter:
www.telekom.com/gb2008
www.telekom.com/personalbericht2008-2009
www.telekom.com/datenschutz
www.telekom.com/verantwortung

Der CR-Bericht 2009 liegt in deutscher und in englischer Sprache vor. Im Zweifelsfall ist die deutsche Version maßgeblich.

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

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

Fotos:
Deutsche Telekom AG, Thomas Deutschmann,
Bernhard Link, Frank Springer

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

Druck:
Broermann Offset-Druck GmbH, Troisdorf-Spich

KNr. 642 200 165 (deutsch)
KNr. 642 200 166 (englisch)



Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.



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

www.telekom.com