

Zum Titelbild des Imageteils

Warum symbolisiert Ihr Bild die großartige Erfahrung, für die Deutsche Telekom zu arbeiten?

Andrea Nagykalnai, Head of Communication, IT-Services Hungary: Im vergangenen Jahr organisierte die Kommunikationsabteilung ein Fotoshooting mit einigen unserer Mitarbeiter, die stolz darauf sind, für T-Systems zu arbeiten. Das Titelbild ist eines dieser Bilder. Die Fotos werden für Stellenanzeigen und in unserer Recruiting-Kommunikation verwendet. Wir haben unsere Mitarbeiter gebeten, uns Gründe für die Teilnahme am Fotoshooting zu nennen und zu erzählen, was sie über unser Unternehmen denken.

Izabella Kovacs, Central Enduser Services: Seit meiner Kindheit wusste ich, dass ich für ein Unternehmen arbeiten wollte, bei dem ich meine Deutschkenntnisse einbringen kann. Ich glaube, ich habe meinen Platz bei T-Systems gefunden. Die Telekom ist ein Arbeitgeber, bei dem ich meine Fähigkeiten und mein Wissen unter Beweis stellen und verbessern kann. Wir sind ein dynamisches Team, das zusammen hält!

Richard Bombera (Mitte), Service and Delivery: Ich arbeite für das größte ICT-Serviceunternehmen in Ungarn. T-Systems unterstützt seine Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in ihrer persönlichen und beruflichen Entwicklung und bietet echte Karrierechancen. Ich denke „das größte“ ist eine von vielen treffenden Beschreibungen.

Behzad Maboodi (links), International Service Desk: Als ich angefangen habe, bei T-Systems zu arbeiten, sah ich eine gute Möglichkeit, in einem internationalen Rahmen zu arbeiten. Seitdem habe ich festgestellt, dass wir eine Vielzahl an Möglichkeiten haben, unsere Skills und Karriere weiterzuentwickeln. Unser Team besteht aus einem Haufen junger und enthusiastischer Leute, die alle ausgesprochen motiviert und aufgeschlossen sind.

The Great Experience.

Deutsche Telekom AG
Friedrich-Ebert-Allee 140
53113 Bonn
www.telekom.com
The Great Experience:
www.telekom.com/karriere
jobs@telekom.de

Erleben, was verbindet.



Inhalt.

Telekom weltweit.

Vertreten in 34 Ländern auf vier Kontinenten.
Fast 247 000 Mitarbeiterinnen
und Mitarbeiter.
Mehr als die Hälfte von ihnen
außerhalb Deutschlands.

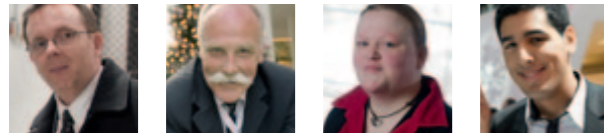
25 Führung

Silke Höhnl hört viel zu.
Sabine Heise und Silja Ostermann schwören auf Vertrauen.
Milos Ceman zeigt seinen Kindern, wo er arbeitet.



14 Service

Norbert Laux ist unsichtbar.
Walter Heymann weiß, an welchen Schrauben er drehen muss.
Wiebke Sieh „zwitschert“ sich zum Erfolg.
Mourad Kharis gewinnt eine Wette.



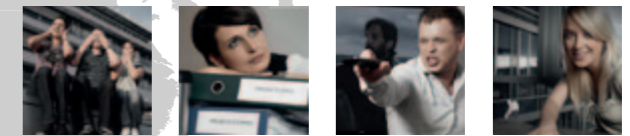
4 Talent

Fabian Broszio denkt ans nächste Spiel.
Franziska Beckmann kümmert sich um den Nachwuchs.
Thomas Sattelberger schätzt experimentierfreudige und kreative Menschen.



21 Team

Blanka Opekarová und ihre Kolleginnen und Kollegen posieren abwechselnd.



Impressum.

Deutsche Telekom AG, Corporate Communications
Postfach 2000, 53105 Bonn, www.telekom.com

Konzeption und Redaktion:
Deutsche Telekom AG; Laycom PR und Medienagentur, Bonn

Gestaltung und Produktion:
Laycom PR und Medienagentur, Bonn

Foto:
Deutsche Telekom AG, Bonn

Druck und Verarbeitung:
Welzel+Hardt, Wesseling

Der Personalbericht 2010/2011 steht auch im Internet zur Verfügung
unter www.telekom.com/personalbericht. Er liegt ebenfalls in englischer
Sprache vor (www.telekom.com/hr-report).

KNr. 642 200 202 (deutsch), KNr. 642 200 203 (englisch)

Stand: März 2011

10 Wandel

José Elias de Claris steht Rede und Antwort.
Liane Breuer geht ständig ein Licht auf.
René Obermann wechselt die Rollen.



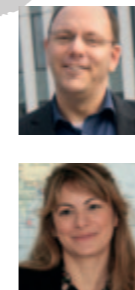
18 Diversity

Johannes Maisack liebt die Abwechslung.
Birgit Radeke spricht schweigend.
Emre Ergenekon startet durch.



7 Perspektiven

Oliver Lange verblüfft mit Plattdeutsch.
Maria Victoria Ziegler verschickt Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in alle Welt.



„Nach dem Kennenlernkaffee war alles klar.“

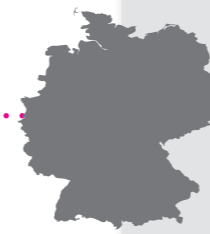
„Los!“, ruft der Fotograf – und schon regnet es rund um Fabian Broszio bunte Papierausdrucke: die Bild- und Titelbild-Kandidaten des aktuellen Personalberichts.

Im Rahmen seines zweiten Praktikums bei der Telekom, genauer in der Unternehmenskommunikation des Konzerns, ist der 22-jährige Dortmunder aktiv an der Entstehung des Berichts beteiligt. Und das bekommt er heute am eigenen Leib zu spüren: als „Mitarbeiter-Model“ bei einem der Fototermine, die für den diesjährigen Report stattfinden. „Das Shooting und die Mitarbeit insgesamt am Bericht ist definitiv ein Highlight in meinem Praktikum“, steht für Fabian Broszio fest. Ganz sicher ist er sich auch hinsichtlich der Qualität des Praktikums.

Für Broszio liegt die Telekom auch im Vergleich zu dem IT-Unternehmen vorn, bei dem der BWL-Student 2010 in London ein Auslandspraktikum absolviert hat: „Bei der Telekom war ich in beiden Praktika einfach viel stärker und selbstverständlicher in alle Abläufe eingebunden.“ Dieses tägliche Dabeisein hat Fabian Broszio sehr gut gefallen. So gut, dass er die insgesamt 24 Wochen Pflichtpraktikum, die er für sein Studium nachweisen muss, freiwillig um einen Monat verlängert hat. Lieber Praktikum bei der Telekom statt Semesterferien? „Die Arbeit hier war immer spannend und abwechslungsreich.“

„Ich denke immer nur ans nächste Spiel.“

Damit hat sich für Fabian Broszio der Eindruck aus seinem Vorstellungsgespräch voll und ganz bestätigt: „Nach einem ersten Kennenlernkaffee war einfach alles klar.“ Da bleibt abschließend nur noch die wichtigste Frage offen: „Wird Dortmund deutscher Fußballmeister?“ Und die Antwort des Dortmunders ist – auch mit Blick auf seinen eigenen, hoffentlich erfolgreichen Abschluss in diesem Sommer – schon ganz meisterlich-diplomatisch: „Ich mach's wie die Mannschaft. Ich denke immer nur ans nächste Spiel.“



Deutschland
Rund 82 Mio. Einwohner
Hauptstadt: Berlin
Amtssprache: Deutsch
Rund 123 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Sinn und Spaß bei der Arbeit – das habe ich hier gefunden.“



Letztes Jahr noch hoffnungsvoller Nachwuchs, heute schon selbst auf der Suche nach neuen Talenten für die Telekom: Franziska Beckmann (rechts, neben ihrem Kollegen Roman Neumann) sorgt als Recruiterin in der Bonner Zentrale mit dafür, dass sich die Telekom „mit begeisterten Menschen an den richtigen Stellen“ weiterentwickelt. Es ist die Vielfalt der Möglichkeiten, die Franziska Beckmann an ihrer Arbeit schätzt. „Das hat mir schon während meines Studiums gefallen, das ich als duale Studentin bei der Telekom absolviert habe.“ Bei der

Deutsche Telekom Kundenservice GmbH konnte sie in alle Bereiche „reinschnuppern“, zum Beispiel in den Vertrieb, das Controlling und den Personalbereich. Auch ein zweimonatiger Auslandsaufenthalt in Montenegro gehörte zur Praxisnähe und zum engen Businesskontakt während des Studiums, das sie mit einem Bachelor in Business Administration erfolgreich abgeschlossen hat. Ihr Fazit ist eindeutig: „Ich fühle mich bei der Telekom gut aufgehoben. Sinn und Spaß bei der Arbeit, das habe ich hier gefunden.“

Viele Wege führen zur Telekom.

Berufseinstieg für Absolventen:
Führungsnachwuchs-Einstieg „**Start up!**“ und
Direkteinstieg „**Jump in!**“

Einer der größten deutschen Ausbildungsbetriebe
mit rund **10 000** Auszubildenden und dualen Studenten.

Wanted! Zum Beispiel Softwareentwickler,
IT-Architekten, Betriebswirte, Geistes- und Sozialwissenschaftler,
Produktmanager, Business-Analysten.

Einsätze in Deutschland und international.

Talent-Biotop **Bologna@Telekom:**
mit eigener Hochschule und Partnerhochschulen.

Geplante Neueinstellungen bis 2012: in Deutschland
rund **10 400** und europaweit rund **18 000**.

Telekom unterstützt Deutschlandstipendium.
Als erster DAX-30-Konzern fördern wir ab dem
Sommersemester 2011 insgesamt **360** Studentinnen
und Studenten im Rahmen des nationalen
Stipendiensystem der Bundesregierung.

„Talente sind für mich

Menschen, die neugierig sind – experimentierfreudig und kreativ.“

Herr Sattelberger, was zeichnet aus Ihrer Sicht ein Talent aus?

Talent ist überall! Neben dem persönlichen Können – und jeder Mensch kann etwas Besonderes – sind es für mich vor allem das persönliche „Sich-Einbringen“ und der Spirit jeder und jedes Einzelnen: Talente sind für mich Menschen, die neugierig sind – experimentierfreudig und kreativ. Sie sind nicht Mitläufer, sondern wollen Veränderung und Zukunft auch selbst gestalten. In ihren Köpfen stecken die Ideen von morgen, Ideen für Produkte und Services, Anliegen und Herausforderungen, die Menschen bewegen. Talente sind mit Kopf, Herz und Hand dabei, wenn wir die Telekom als Unternehmen neu erfinden.

Wie wollen Sie diese Menschen für die Telekom begeistern?

Begeisterung kommt mehr aus einem selbst als durch motivatorische Trompetenklänge anderer. Wir selbst können eine anziehende, raumgebende, offene Unternehmenskultur fördern; jenseits von Bereichs- und Hierarchiedenke, hin zu Selbstentfaltung, Teamgeist, aber auch Eigenverantwortung. Mit unseren Guiding Principles haben wir dafür seit 2008 ein gemeinsames Wertegerüst für unser gesamtes Unternehmen weltweit geschaffen. Diese Werte stehen für eine Geisteshaltung, in der Lust und Freude vorhanden sind, zusammen neue, unkonventionelle Lösungen auszuprobieren und zu lernen. Gerade auch der erste weltweite Guiding Principles' Focus Day im vergangenen Jahr hat gezeigt, dass wir erfolgreich dabei sind, unserer Kultur eine unverwechselbare Identität zu geben.

Wie machen Sie diese „neue Telekom“ nach außen für den potenziellen Nachwuchs erlebbar?

Wir lassen unseren Worten Taten folgen – und gehen dahin, wo unsere künftigen Talente sind: ins Netz, an die Schulen und Hochschulen. Und natürlich zeigen wir im persönlichen Kontakt Profil und lassen Menschen im Unternehmen „schnuppern“. Wir setzen auf innovative Kommunikationsformen, um potenzielle Bewerberinnen und Bewerber anzusprechen. In der Nutzung sozialer Netzwerke etwa zählen wir zu den besten DAX-30-Unternehmen. Insgesamt gelingt es uns immer besser, die Telekom weltweit als hoch attraktives Unternehmen zu profilieren – mit abwechslungsreichen und bereichernden Aufgaben, vielfältigen und abwechslungsreichen Arbeitsmöglichkeiten und spannenden Zukunftsperspektiven. Genau das verstehen wir unter „The Great Experience“, darum trägt der diesjährige Personalbericht diesen Titel. Unter dem Leitmotiv „The Great Experience“ wollen wir 2011 die Talente an den Talentspots der Welt für eine „große Erfahrung“ in der Telekom begeistern.

Und nach innen?

Wir werden „The Great Experience“ innerhalb unseres Unternehmens Schritt für Schritt ebenfalls erleb- und erfahrbar machen: mit flexibleren Arbeitswelten, mit persönlich sinnstiftenden Perspektiven, mit auf Nachhaltigkeit fußender Führung, mit breiten Lernchancen und, und, und. Damit wird die Telekom noch attraktiver für ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Gerade bei kritischen Fragen wie „Wen bezahle ich wie, wer macht bei uns Karriere und wie wird wertgeschätzt?“ sind neue Antworten möglich. Antworten, die sich bewusst auch abseits der ausgetretenen Pfade bewegen.

Wie wichtig ist in diesem Zusammenhang die Frauenquote, die die Telekom vor einem Jahr eingeführt hat?

Die Frauenquote ist ein herausragendes Beispiel dafür, dass wir als Unternehmen entschieden und prägend in Bewegung sind. Ihre Einführung, die Erfahrungen sowie die Diskussionen über sie befeuern unseren Kulturwandel. Bisherige Selbstverständlichkeiten werden infrage gestellt. Die Quote zwingt zu neuem Denken, etwa beim Thema „Arbeitszeitsouveränität“ für Männer wie Frauen. Der aus meiner Sicht entscheidende Punkt bei der Frauenquote ist: Sie zieht sich durch die gesamte Talentkette hindurch. Wir wollen mehr Frauen in unserer Ausbildung, mehr Absolventinnen aus Studiengängen, mehr Mitarbeiterinnen und weibliche Führungskräfte in Entwicklungsprogrammen. Aber wir wollen auch mehr internationale, ethnisch vielfältige, generationengemischte Teams. Das ist ein wesentlicher Meilenstein zu einem Biotop von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, deren Vielfalt für die Telekom die Quelle von Geschäftserfolg, Kreativität und Innovation ist.

Talentsuche online und multimedial.

2 200 Fans unserer Facebook-Seite.

5 000 Abonnenten im Business-Netzwerk Xing.

Job-App fürs iPhone mit 22 000 Downloads.

1 800 Follower im Infodienst Twitter.

YouTube-Kanal mit 7 000 Aufrufen, Videos rund 30 000 mal angesehen.

Perspektiven



Südafrika

Rund 50 Mio. Einwohner

Hauptstadt: Exekutive: Pretoria,

Legislative: Kapstadt, Judikative: Bloemfontein

Amtssprachen: Afrikaans, Englisch,

Süd-Ndebele, isiXhosa, isiZulu, Nord-Sotho, Süd-Sotho,

Setswana, Siswati, Tshivenda, Xitsonga

Rund 2 200 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Was zählt ist der Mensch, nicht das Diplom.“



Wenn „Doc Oliver“ von Südafrika spricht, dann leuchten seine Augen: „Das Land, die Kultur, die Tierwelt, das Licht – Südafrika ist eindrucksvoll, stolz, schwarz und einfach anders! Diese Riesenerfahrung vergisst Du nicht.“

Doc Oliver, wie ihn die Einheimischen nannten, heißt mit bürgerlichem Namen Dr. Oliver Lange, hat in Betriebswirtschaftslehre promoviert und war in Südafrika als Finanzvorstand von T-Systems tätig. > Fortsetzung auf Seite 8



„Plattdeutsch und Afrikaans, die Sprache der meisten weißen Südafrikaner, sind sich sehr ähnlich. Es hat für manche Verblüffung unter meinen Kollegen gesorgt, dass ich ihrer Unterhaltung folgen und ihnen – dann auf Englisch – antworten konnte.“



> **Fortsetzung von Seite 7** Es ist ja nicht so, dass Oliver Langes Karriere bei der Telekom in Deutschland langweilig gewesen wäre: Die DeTeFleetServices, die heute als unabhängiger Mobilitätsdienstleister eine Flotte mit rund 35 000 Fahrzeugen verwaltet, hat der Kaufmann über sieben Jahre mit aufgebaut. Derzeit ist er Leiter Finanzen der Zentrale der Deutschen Telekom und unter anderem Sprecher des Hochschulrates der konzerneigenen Hochschule in Leipzig (HTL). So ist der 38-Jährige nicht nur dicht dran an harten Geschäftszahlen, sondern auch an den Menschen, mit denen die Telekom ihre Zukunft erfolgreich gestalten will. „Trotzdem – Südafrika, diese Erfahrungen kannst Du nirgendwo sonst machen“, ist Oliver Lange überzeugt. Erfahrungen, die er mit seiner Familie geteilt hat. Mitsamt Frau und den zwei Söhnen ist der Norddeutsche für anderthalb Jahre nach Midrand gegangen. „Midrand liegt in der Mitte zwischen Johannesburg und der Hauptstadt Pretoria.“ Für T-Systems Südafrika ein optimaler Standort. „Die südafrikanische IT-Technik hat definitiv Weltniveau“, erzählt Oliver Lange weiter. „Kritisch ist die Telekommunikationstechnik, also die Übertragungswege. Deswegen gehen wir als Serviceunternehmen immer möglichst nah zu den Kunden.“ Wenn es sein muss, auch mit staubfreien Serverräumen mitten hinein in die afrikanische Savanne.

„Für unseren Erfolg war entscheidend, dass wir unsere Geschäftsmodelle radikal vereinfacht haben – und dass wir hinter den Zahlen unsere Kunden, und damit die Menschen, gesehen haben. Wir haben das vor Ort ‚IT with soul‘ genannt.“ Das ist eine von vielen neuen Perspektiven, die Oliver Lange für sich selbst in seinen jetzt wieder deutschen Arbeitsalltag mitgenommen hat: „Ich schaue mir zuerst den Menschen an, der mir gegenüber sitzt – und nicht sein Diplom. Die entscheidende Frage ist doch: Traue ich ihm aufgrund seiner persönlichen Qualitäten zu, dass er seine Aufgaben erfüllen kann?“



Global Assignment: mit der Telekom international unterwegs.

Schon aufgrund ihrer persönlichen Geschichte ist die HR-Expertin Maria Victoria Ziegler ein hervorragendes Beispiel dafür, dass die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unseres Konzerns nach und nach immer multinational werden: Ihr Urgroßvater stammt aus der Schweiz, sie ist in Argentinien geboren und aufgewachsen und hat dort für deutsche Firmen wie VW und Siemens gearbeitet. Seit 2004 gehört Maria Victoria Ziegler zur „Telekom Familie“. Über das internationale Personalentwicklungsprogramm des Konzerns, „Telekom X-change“, ist sie im Januar 2008 nach Deutschland gekommen, arbeitet heute im Global Assignment Center (GAC) und gehört zum HR Talent-Pool. Das GAC ist für die Geschäftsbereiche die zentrale Anlaufstelle für alle Auslandsaufenthalte, die länger als drei Monate dauern. Maria Victoria Ziegler selbst bildet im Global Assignment Center die Brücke zum internationalen HR-Team, das die Entsendungen in den unterschiedlichen Ländern vor Ort unterstützt. Dafür tauscht sie sich regelmäßig mit den lokalen HR-Kollegen in weltweit rund 40 Entsendeländern aus. „Visa, Steuer und Sozialversicherung, persönliche Absicherung und Gesundheitsvorsorge, Fragen zu Gehalt und Vertrag: Wir haben im GAC Experten, die

sich um alle diese Themen kümmern und die Entsandten beraten, um optimale Lösungen zu finden“, erklärt die HR-Expertin. „Wir arbeiten eng mit den internationalen HR-Kollegen zusammen, um die Entsendungen in jedem Land reibungslos umzusetzen.“ Das GAC unterstützt die Internationalisierung durch weltweit gültige Rahmenbedingungen für internationale Entsendungen und für Programme zur Talentförderung wie zum Beispiel Telekom X-change.

Einzigartige Lebenserfahrung, persönliche Entwicklungsmöglichkeit und berufliche Karriereperspektive – das sind nur drei der Gründe dafür, sich bei der Telekom auf internationalem Parkett zu bewegen. 2010 hat das Global Assignment Center mehr als 500 entsandte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter betreut. Maria Victoria Ziegler profitiert noch heute von ihren persönlichen Erfahrungen mit Telekom X-change: „Das war sehr bereichernd und hilft mir, die Wünsche und Erwartungen unserer Kunden besser zu verstehen. Ich freue mich, heute täglich mit Menschen aus so unterschiedlichen Kulturen arbeiten zu können.“

Internationaler Austausch und Wissenstransfer.

Mit international ausgerichteten Fördermaßnahmen unterstützen wir den Aufbau von interkultureller Kompetenz, geschäftsspezifischem Know-how und auch eines gemeinsamen One Company-Gedankens über Ländergrenzen hinweg. Neben unserer crossfunktionalen Initiative **Talent Spaces**, mit der wir Talente im gesamten Konzern sichten, zählen dazu unter anderem:

Telekom X-change

Das Programm eröffnet insbesondere jüngeren Leistungsträgern die Gelegenheit, für drei bis sechs Monate den Arbeitsalltag im internationalen Umfeld kennenzulernen.

Master Classes

Ein Entwicklungsangebot für die Besten unter unseren weltweiten Experten. 2010 haben wir vier „Master Classes“ angeboten: „Change Management“, „Influence and Leadership“, „Innovation“ und „General Management“.

Professional Programs (PP)

In Zusammenarbeit mit renommierten internationalen Business Schools bieten wir seit fünf Jahren wissenschaftliche State-of-the-Art-Qualifizierung in den Themenbereichen Finanzen, HR, Marketing und IT an. Im Rahmen der PP besteht zudem die Chance, einen Master-Abschluss zu erwerben.

STEP up!

Entwicklungsprogramme für Führungskräfte. Zu unseren konzernweiten, vielfältigen Entwicklungsprogrammen für Führungskräfte zählen die – je nach Managementgruppe inhaltlich differenzierten – „Leadership Excellence Programs“ (LEP). An ihnen haben 2010 über 800 Executives teilgenommen, darunter auch Führungskräfte aus internationalen Einheiten.

Qualifizierung

Umfassendes Weiterbildungsangebot. Allein in Deutschland haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im Jahr 2010 an rund 775 000 Qualifizierungstagen teilgenommen. Das entspricht durchschnittlich rund sechs Qualifizierungstagen je Mitarbeiter und einem Investitionsvolumen in das Know-how unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von fast 170 Millionen Euro.

Go Ahead!

Experten- und Projektlaufbahn in der gesamten Deutschen Telekom Gruppe. Als Alternative zu einer klassischen Managementkarriere haben wir mit Go Ahead! einen Rahmen zur Experten- und Projektmanager-Entwicklung eingeführt. Aktuell nutzen Go Ahead! rund 33 000 Mitarbeiter allein bei T-Systems in Deutschland. Hinzu kommen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den Landesgesellschaften sowie bei den europäischen Festnetz- und Mobilfunktochtern. Auch international rollen wir Go Ahead! weiter aus.



Brasilien
 Rund 190 Mio. Einwohner
 Hauptstadt: Brasilia
 Amtssprache: Portugiesisch
 Rund 1 950 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Aus einer Ausschreibung erfolgte ein strategisches Projekt.“

Wir verändern unser Unternehmen tiefgreifend. Dabei verfolgen wir ein klares Ziel – unsere Kunden rund um den Globus zu begeistern. Dafür strukturieren wir Unternehmenseinheiten weltweit neu, um flachere Hierarchien zu erreichen und Geschäftsprozesse bis zur Kundenebene zu optimieren. Im Interview berichtet unser brasilianischer Kollege José Elias de Claris über eines dieser Projekte: „Wir haben unser Geschäft umgestaltet, indem wir zwei getrennte Geschäftsbereiche zusammengeführt haben.“

José, was können Sie uns über dieses Projekt berichten?

Bei der Transformation von System Integrations (SI) handelte es sich um ein sehr anspruchsvolles Projekt. Wir haben uns für die Ausschreibung des „Applikation Management Services“ (AMS) der Volkswagen AG in Amerika beworben und wollten diese auch gewinnen. Volkswagen ist der größte Kunde von T-Systems in Brasilien. Gleichzeitig wollten wir unsere innerbetrieblichen Kosten drastisch reduzieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Wir haben uns zum Ziel gesetzt, erstklassigen IT-Service zu einem wettbewerbsfähigen Preis anzubieten. Tiefgreifende Veränderungen mussten wir im Bereich unseres AMS-Services bei älteren Softwarelösungen vollziehen, wir mussten „alte Zöpfe abschneiden“. So wurde die SI-Transformation zu einem strategischen Projekt für T-Systems SI in Brasilien.

Können Sie uns dazu ein paar Details nennen?

Sehr gerne. Um in dem neuen Prozess arbeiten zu können, mussten wir über 100 Mitarbeiter in São Paulo und Blumenau ausbilden und schulen. Das neue Modell erforderte es, neue Arbeitsbereiche zu schaffen, die für unsere Mitarbeiter in beiden Standorten neue Spielräume eröffneten. Der HR-Bereich steuerte diese Veränderung mithilfe eines Human-Change-Management-Prozesses und motivierte die Mitarbeiter. Die Wahl des Standorts Blumenau war ein strategischer Schachzug aufgrund seiner wettbewerbsfähigen Preise und der Möglichkeit, leicht zusätzliches Personal zu rekrutieren. Dies waren unabdingbare Voraussetzungen für den Erfolg des Projektes, da die verbundenen Veränderungen in mehreren Etappen abliefen.

Wie haben sich Ihre tägliche Arbeit und der Kontakt zu den Kunden nach dem Projekt gewandelt?

Sie haben sich drastisch geändert. Wir haben neue Tools, Bedienelemente, Prozeduren und Kommunikationswege eingeführt. Beinahe täglich musste Neues erlernt und verarbeitet werden. Der Kontakt zu den Kunden hat sich ebenfalls verändert. Sowohl auf Kundenseite als auch bei T-Systems sind neue Akteure im Spiel, die einen strukturierten Kommunikationskanal implementieren müssen. Dabei hatte die Kommunikation mit dem Kunden bei der Einführung des neuen Modells zunächst sehr vorsichtig zu erfolgen.

Wie viele ihrer Mitarbeiter waren an diesem Transformations-Projekt beteiligt?

Mehr als 100 Mitarbeiter nahmen an dem Projekt teil. Es begann im August 2009 und endete im Februar 2011.

Was war der spannendste Moment während ihrer Arbeit für TSI im vergangenen Jahr?

Es gab viele spannende Momente und Aspekte. T-Systems International unterstützte diese Initiative in Brasilien. Dies ist sehr wichtig für uns, weil es zeigt, dass die Deutsche Telekom an unsere Fähigkeit glaubt, neues Geschäft zu generieren und zu wachsen. Aber der spannendste Moment war wohl, als wir die Zusage für den Auftrag von VW bekommen haben.



Für eine neue Telekom: Mitarbeiter machen mit.

Wer ein dreijähriges Kind hat, ist für Ideen meist einfach zu müde. Bei Liane Breuer und Carsten Griebert ist das anders: Ihr Ideenmotor scheint nie zu stottern. In den vergangenen zehn Jahren hat das Paar zusammen beim Ideenmanagement der Telekom 229 Verbesserungsvorschläge eingereicht. Der Lohn für soviel Grips: 40 Geldpreise und fast ebenso viele Sachprämien. Die beiden arbeiten im Contact Center Geschäftskunden Berlin und haben einfach nur ein waches Auge auf (fast) alles, was nicht rund läuft: „Oft lassen Probleme sich ja ohne großen Aufwand beheben“ konstatiert Carsten Griebert. „Häufig geht es uns um Formulare, die sich recht einfach verbessern lassen.“ Zum Beispiel das Call-Back-Formular: Wer heute auf den Internetseiten der Telekom surft, kann dort – dank Breuer/Griebert – eine Rückrufbitte hinterlassen.

Ihre Ideen kommen den beiden meist spontan. Liane Breuer: „Natürlich sitzen wir nicht abends am Küchentisch und brüten und diskutieren über Ideen.“ Die Quellen sind andere: Manchmal gibt ein Kunde im Gespräch eine Anregung; manchmal haben Breuer und Griebert einfach keine Lust mehr, sich über bestimmte Abläufe zu ärgern. „Dann stimmen wir uns kurz ab und reichen einen Vorschlag ein“, sagt Liane Breuer. Die allerbeste Idee lässt leider noch auf sich warten: „Wir würden gerne darauf kommen, wie sich unser Haushalt von selbst erledigt.“

genial@telekom: Modernes Ideenmanagement auf dem Vormarsch.

2010 über **900** Patente angemeldet.

Einsparungen von rund **136 Mio. Euro** erzielt.

Über **10 000** Verbesserungsvorschläge.

Lernen mal andersherum: mit Reverse Mentoring zur Enterprise 2.0.

Zur neuen Unternehmenskultur der Telekom zählt das generationenübergreifende Reverse Mentoring-Programm. Darin schulen zum Beispiel Internet- und Social Media-begeisterte junge Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter Führungskräfte des Konzerns zu Funktion, Denkweisen und Businessnutzen des Web 2.0. Eins ist sicher: Damit stoßen sie bei René Obermann, hier im Bild mit Susann Terheggen, auf offene Ohren. Der Vorstandsvorsitzende der Telekom



ist von der Bedeutung des Web 2.0 für die Zukunft des Konzerns überzeugt. Auch unternehmensintern sieht René Obermann für soziale Netzwerke eine wesentliche Rolle. Sie sollen den Wandel des Unternehmens zur „Enterprise 2.0“ mit flachen Hierarchien und global vernetzten, schnellen Kommunikationswegen mit vorantreiben. Dazu richtet Obermann hier als Erstes ein MyWiki für den Vorstandsbereich ein (MyWiki: siehe „Telekom im Dialog“, Seite 16/17).

Lebendige Leitlinien.

Erster konzernweiter Guiding Principles Focus Day. 19 Sprachen, 34 Länder und 50 Geschäftseinheiten – mit dem „Tag der Guiding Principles“, unseren Unternehmenswerten, am 6. Oktober 2010 haben wir ein klares Zeichen dafür gesetzt, dass unser Leitbild weltweit im Konzern angekommen ist. Die Guiding Principles spielen dauerhaft eine wichtige Rolle für die Entwicklung unseres Unternehmens. Mit vielfältigen kreativen Aktivitäten haben zahlreiche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im laufenden Geschäftsbetrieb umgesetzt, was die Guiding Principles für sie bedeuten: in Video- und Twitterbotschaften, Telefonkonferenzen, Meetings oder Plakaten. Der Guiding Principles Focus Day war ein voller Erfolg und findet ab sofort einmal jährlich statt.

Unsere fünf Leitlinien.

Kunden begeistern

Integrität und Wertschätzung leben

Offen zur Entscheidung –
geschlossen umsetzen

An die Spitze! Leistung anerkennen –
Chancen bieten

Ich bin die Telekom – auf mich ist Verlass



USA
 Rund 310 Mio. Einwohner
 Hauptstadt: Washington, D.C.
 Amtssprache: keine benannt
 Rund 38 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Unser Service fällt nur auf, wenn er ausfällt.“

Denn dann, so Norbert Laux, würden im Internet die US-amerikanischen Inhalte fehlen oder auch der Sprachverkehr zwischen den USA und Europa nicht funktionieren. Und die Olympischen Winterspiele in Vancouver hätten ohne Fernsbild stattgefunden.

In New York befindet sich einer der wichtigsten US-amerikanischen Netzknoten. Gemeinsam mit einem Team von rund 16 „bunt gemischten“ Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sorgt dort Norbert Laux, Vice President Operations & Network Implementation, dafür, dass der Signalfluss zwischen den Kontinenten nicht versiegt. Seit bald 16 Jahren lebt und arbeitet der Diplom-Nachrichtentechniker in den Vereinigten Staaten. „Die Olympischen Winterspiele 2010 waren schon ein echtes Highlight in dieser Zeit.“ Um zum Beispiel ARD und ZDF, den beiden deutschen Sendeanstalten, vier High Definition(HD)-Kanäle zur Verfügung zu stellen, hatte ihnen die Telekom eine Bandbreite von 2,5 Gigabit pro Sekunde reserviert: „Damit konnten wir gewährleisten, dass die Übertragung in Top-Qualität funktioniert, selbst wenn sich die sportlichen Ereignisse überschlagen.“ Und das garantiert ohne einen einzigen Ausfall! Eine besondere Herausforderung war bei diesem Projekt deshalb, die volle Redundanz der gesamten Netzinfrastruktur sicherzustellen, trotz der Vielzahl unterschiedlicher Elemente und Übergänge: Netze in Kanada und den USA, Übertragung per Seekabel, Übermittlung des Signals nach Deutschland und zu den Fernsehstationen.

Ein Tool, um die gesamte Infrastruktur und ihre Komponenten bereitzustellen.

Dafür, dass Norbert Laux die gesamte Prozesskette stets im Auge behalten hat, ist er als Telekom Service Star für herausragenden Kundenservice ausgezeichnet worden. Für den optimalen Überblick hat er sogar ein Software-Tool namens T-Gloss entwickelt. T-Gloss kann die Netzinfrastruktur, die für globale Projekte oder internationale Kunden benötigt wird, mit allen Komponenten und allen weltweit involvierten Landesgesellschaften innerhalb des Bereitstellungsprozesses transparent darstellen. Das Tool ist bereits bei 22 Gesellschaften der Telekom im Einsatz.



Manhattan, Avenue of the Americas. Telefon, Daten, Internet: Mitten im pulsierenden New York City sorgen Norbert Laux und sein Team bei der Deutsche Telekom North America dafür, dass die internationalen Datenströme bestens „im Fluss bleiben“.

„Service ist ein Klasse-Job.“



„Ehrlich gesagt – ich hab’ einen Klasse-Job, er ist enorm vielseitig und abwechslungsreich. Und vor allem bin ich mit Menschen im Kontakt.“ Die Freude an seinem Beruf kommt auch bei den Kunden an, die Walter Heymann als Servicetechniker betreut.

Mancher langjährige Kunde verlangt ausdrücklich nach ihm. Kommt er dann durch die Tür, heißt es oft genug: „Herr Heymann, da sind Sie ja wieder. Dann klappt’s ja!“ Kein Wunder, dass Service-Spezialist Heymann sich über Mangel an Arbeit nicht beklagen kann: „Das ist aber auch in Ordnung so. Meine Kunden wissen sowieso, dass sie mich so gut wie immer erreichen können.“ Und das nun schon seit über 30 Jahren. Vieles, sowohl technisch als auch von der Arbeitsorganisation her, habe sich in der Zeit geändert, nur nicht seine persönliche Einstellung: „Ich gehe erst, wenn alles läuft.“



Telekom Service Star und Schrauber aus Leidenschaft: Wenn es bei den Kunden ausnahmsweise nichts „zu schrauben“ gibt, widmet sich der begeisterte Biker Walter Heymann mit Hingabe seinem Hobby, den beiden Youngtimer-Kawasakis.



„Der Umgang mit den Kunden ist viel persönlicher und auch lockerer.“

Twitter und Facebook: Telekom setzt Maßstäbe im Online-Kundenkontakt.

Es ist eine echte Erfolgsgeschichte: Mit ihren Facebook- und Twitter-Accounts ist die Telekom Vorbild für andere DAX-Unternehmen in Sachen interaktivem Kundenservice.

„Innerhalb weniger Monate“, berichtet Andreas Bock, Leiter Social Media Steuerung, „haben wir es gemeinsam geschafft, aus einer Idee einen ganz neuen und lebendigen Kontaktpunkt zu unseren Kunden zu machen.“ Seit Mai 2010 zündet der Überraschungseffekt – gerade dann, wenn neue

Produkte auf den Markt kommen, Erklärungsbedarf besteht oder auch Lieferschwierigkeiten auftreten. Wiebke Sieh, eine der „Twitter-Kolleginnen und -Kollegen“, bestätigt: „Sogar wenn es Probleme gibt, ist das Feedback der Kunden bei ‚Telekom_hilft‘, unserem Kunden-Account bei Twitter, positiver als zum Beispiel bei der telefonischen Hotline.“ Man dürfe die Probleme nur nicht verschleiern, sondern müsse einfach offen damit umgehen. Das sei fast mit das Wichtigste in der Web 2.0-Kommunikation mit den Kunden. „Der Umgang ist einfach persönlicher und auch lockerer.“ Und: Die Kunden haben, ganz ohne Warteschleife, direkten Kontakt zur Telekom. Damit haben sich die Twitter- und Facebook-Aktivitäten für die Telekom als Imageträger in Sachen Innovation und Kundenservice schon bestens bewährt.

Telekom unter den führenden Social Media-Unternehmen der DAX 30.

Das überragende Beispiel:
T-Mobile USA erreicht über Social Media mehr als **zehn Millionen** Kunden.

Es existieren weltweit über **80** Telekom Facebook-Accounts und **20** YouTube-Channels.

Mit „Social Media in HR“ sind wir in Deutschland die **Nummer eins** von 110 DAX-, MDAX- und TecDAX-Unternehmen im Personalmarketing-Kontext.

Der Konzern führt über **50** deutschsprachige Twitterkanäle.



Plattformen für den Dialog.

Ob als Kontaktstelle zu unseren Kundinnen und Kunden oder auch als Gesprächsbörse für interessierte Talente und künftige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter: Die Telekom setzt - neben ihren Online-Aktivitäten - gezielt auch auf Veranstaltungen, um im Dialog zu bleiben oder ihn aktiv zu suchen. Neben außergewöhnlichen Dialogforen wie dem Barcamp „Technology meets Talent“ oder Afterwork-Events zählt dazu auch unsere Präsenz auf Job- und Branchenmessen wie der CeBIT.

„Auf der CeBIT kommen wir mit Kunden bestens ins Gespräch.“ Nach ein bisschen Ausprobieren hatte der ältere Herr das iPhone entsperrt, als Erstes die Wetter-App aufgerufen – „und ich meine Wette gewonnen.“ Denn Mourad Kharis, Teamleiter des „Mobile Garden“ auf der CeBIT, hatte dem skeptischen Kunden versprochen, dass er schon nach ein paar Minuten selbstständig mit dem Smartphone würde umgehen können. Siehe da: Nach kurzer Beratung und Einführung lief alles wie von selbst. „Als nächstes wollte er gleich in den Telekom Shop – und das iPhone in Ruhe ausprobieren.“ Eine glatte Eins für die Kundenbindung!

In unseren internen Enterprise 2.0-Medien sind konzernweit über **31 000 User** registriert.

Unser Telekom Wiki ist das Medium mit höchstem Nutzen und größtem Vertrauen seitens der Mitarbeiterschaft. Bereits **51 Prozent** aller weltweiten Mitarbeiter kennen das Wiki.

Reden ist Gold: Telekom im Dialog.



Social Media benutzen – aber richtig. Wir wollen eine ausgeprägte Kompetenz aller Mitarbeiter für den Umgang mit neuen und zukunftsweisenden Medien aufbauen. Zur Nutzung der interaktiven Medien schaffen wir zunächst einheitliche Rahmenbedingungen. Die Social Media-Grundsätze sowie Marketing-Empfehlungen haben wir dazu bereits fertiggestellt.



Direkter Draht, direkter Meinungs-austausch. Unsere Blog-Plattform verzeichnete 2010 monatlich rund 150 000 Zugriffe. Der „direkte Draht“ zu René Obermann hat rund 4 400 registrierte Nutzer.



Wissensaustausch und Wissenmanagement fördern. Über unsere Kooperationsplattform Wiki werden mehr als 1 300 Projekte abgewickelt. Das Wiki steht als für alle Mitarbeiter offenes „Telekom-Wiki“ und als nach Projekt- und Benutzergruppen geschlossenes „Telekom MyWiki“ zur Verfügung.



Malaysia
 Rund 28 Mio. Einwohner
 Hauptstadt: Kuala Lumpur
 Amtssprache: Malaysisch, außerdem rund
 140 verschiedene Sprachen und Idiome
 Rund 770 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Es war ein großer Sprung – und ein Traum.“



Rund 50 Kilometer von Kuala Lumpur entfernt, liegt Malaysias „Multimedia-Hauptstadt“ Cyberjaya. Dort befindet sich auch der Sitz der T-Systems Landesgesellschaft, in der Johannes Maisack gearbeitet hat. Das „jaya“ im Namen der 1999 gegründeten Stadt bedeutet „Erfolg“ oder „Perfektion“.

Die Belegschaft von T-Systems in Cyberjaya, der malaysischen Multimedia-Hauptstadt, ist genauso bunt gemischt wie die Bevölkerung des Vielvölkerstaates. „Den Malayier gibt es nicht“, erzählt Johannes Maisack, der 2010 für einige Monate von der Bonner Telekom Zentrale nach Malaysia gewechselt ist. „Es gibt Malaien, Chinesen, Inder. Und auch Europäer sind seit der Kolonialzeit Teil der Bevölkerung.“ Er selbst ist mit offenen Armen empfangen worden und noch heute begeistert von der malaiischen Gastfreundschaft: „Meine Kolleginnen und Kollegen waren unglaublich hilfsbereit und höflich, da fiel der erste Kontakt entsprechend leicht.“ So war Johannes Maisack, der in der Bonner Telekom Zentrale in der Unternehmenskommunikation arbeitet, auch direkt in die Kommunikationsaktivitäten von T-Systems in Malaysia eingebunden: „Newsletter, Erstellung von Pressefotos, Teilnahme an der Job-Messe, ich konnte überall sofort mitarbeiten.“ Unter anderem hat Johannes Maisack dabei auch erstmals eine Facebook-Seite für die malaiische Landesgesellschaft eingerichtet. „Über Facebook halte ich auch heute noch Kontakt zu den Kolleginnen und Kollegen in Malaysia.“



Die kulturelle und ethnische Vielfalt Malaysias spiegelt sich in den Festen. Drei der wichtigsten sind das malaiische Hari Raya (links oben), das indische Deepavali (rechts oben) und das chinesische Neujahrsfest (oben Mitte).



Die Deutsche Telekom fördert Vielfalt im Unternehmen und in der Gesellschaft.

Für uns ist Vielfalt **innerhalb und außerhalb** unseres Unternehmens eine Quelle der Innovation und Produktivität.

Mehr als die Hälfte unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter arbeiten **außerhalb** Deutschlands.

Gelebte Pluralität ist unser Beitrag zu mehr Offenheit und Wertschätzung in der Gesellschaft.

2010: **55** Prozent des Umsatzes international erwirtschaftet.

In weltweit **34** Ländern fast **247 000** Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Wir setzen auf die produktive **Vielfalt** von Frauen und Männern, Jung und Alt, Menschen mit und ohne Behinderung, Personen unterschiedlicher Herkunft, Religion und sexueller Orientierung.

Deaf-Hotline: „Das gibt es nur bei der Telekom.“

Gehörlose und Telefon? Wie funktioniert das? Bei der Telekom ganz hervorragend: Seit 2003 gibt es die telefonische Beratung für Gehörlose. Dort stehen Birgit Radeke und ihr Kollege Thorsten Börger den Kunden mit Rat und Tat zur Seite.



Hotline und gehörlos – ein Widerspruch?

Nein, überhaupt nicht. Denn „Hotline“ meint telefonische Beratung – und die läuft bei uns über Bildtelefon in Gebärdensprache. Daher haben wir bei unserer Hotline das Wort „Deaf“ hinzugefügt, da wir ausschließlich für Gehörlose und Schwerhörige zuständig sind.

Wie ist die Deaf-Hotline entstanden?

Viele Freunde haben mich mit Fragen zur Telekom kontaktiert, zu Produkten und auch Problemen. Deshalb überlegte ich, eine Hotline für Gehörlose aufzubauen. Hans-Jürgen Soller, unser damaliger Gruppenleiter, hat mich dabei tatkräftig unterstützt.



Nach rund einem Jahr war es so weit, wir konnten mit der Deaf-Hotline loslegen. Die Statistiken im Pilotprojekt haben schnell gezeigt, dass die Anfragen steigen. Viele Gehörlose sind von unserem Service begeistert.

Wie vielen Menschen helfen Sie im Durchschnitt pro Tag an der Deaf-Hotline?

Täglich erhalten und bearbeiten wir 50 bis 60 Anfragen per E-Mail, Bildtelefon, Fax und Post.

Was sind die Probleme, um die es in Beratungsgesprächen geht? Gibt es vielleicht sogar weniger Verständigungsprobleme als an einer „normalen“ Hotline?

Die Gehörlosen haben andere Bedürfnisse als Menschen mit Gehör. Das muss man wissen, um eine falsche Beratung zu vermeiden. Deshalb sind wir speziell geschult in Themen wie tech-

nische Ausstattungen der Telekom, Rechnungen, Einstellungen am Handy und so weiter. Wir können mit den gehörlosen Kunden in der Gebärdensprache barrierefrei und verständlich kommunizieren. Ob deutsche, italienische oder türkische Kunden: Im Gegensatz zu hörenden Kollegen verstehen wir die Anrufenden dank der internationalen Gebärdensprache ohne Probleme.

Gibt es etwas, von dem Sie sagen würden: Das ist typisch für meine Arbeit und das gibt es nur bei der Telekom?

Viele können sich unsere Arbeit bei der Hotline nicht vorstellen. Sie finden es immer sehr interessant zu erfahren, dass wir Gehörlosen dank der Technik mit Kunden im Kontakt sind und sie unterstützen. Wir arbeiten wie die anderen Kollegen und Kolleginnen an unseren Hotlines. Das gibt es so bisher nur bei der Telekom.

Talent ist überall!

50 Jugendliche erhalten – dank des Programms „Meine Chance – ich starte durch!“ – eine Berufsausbildung im Konzern.

„Ich bin stolz, dass ich das geschafft habe. Und meine Familie auch“, freut sich der Münchner Emre Ergenekon. Der dreifache Vater startet Anfang September in sein zweites Ausbildungsjahr zum IT-Systemelektroniker bei der Deutsche Telekom Technischer Service GmbH. 2002 zwang ihn die Geburt seines ersten Sohnes, die Fachoberschule für Wirtschaft abzubrechen. „Aber jetzt haben meine Familie und ich wieder eine Chance auf ein besseres Leben“, erklärt Ergenekon. Er ist auf einem guten Weg. Die Ausbilder bescheinigen dem jungen Mann eine sehr hohe soziale Kompetenz und überdurchschnittliche fachliche Leistungen. Ergenekon ist einer von insgesamt 61 benachteiligten Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die im August 2009 das einjährige Praktikum zur Einstiegsqualifizierung (EQJ) bei der Telekom begonnen hatten. 50 von ihnen haben wir im Herbst 2010 übernommen, darunter 42 direkt ins zweite Ausbildungsjahr.



Team



Tschechien
Rund 11 Mio. Einwohner
Hauptstadt: Prag
Amtssprache: Tschechisch
Rund 3 500 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Wir zeigen unsere Arbeit einmal auf andere Weise.“

Wir haben in der Telekom viele Ideen entwickelt und Maßnahmen angestoßen, um den Teamgeist unserer „One Company“ zu leben und gezielt zu fördern. Auf Konzernebene zählt dazu der Guiding Principles Focus Day (siehe Seite 12/13). Bei den einzelnen Landesgesellschaften sind es kreative Einfälle wie der Mitarbeiter-Kalender von T-Mobile Tschechien (TMCZ). Er ist Teil einer internen Kommunikationsstrategie, mit der Blanka Opekarová und ihre Kolleginnen und Kollegen erfolgreich Spirit und Zusammenhalt stärken.

Wie kam Sie auf die Idee zum Kalender-Projekt?

Etwas zur Vorgeschichte: Ich bin für die jährliche Erstellung der Fotodatenbank unserer Mitarbeiter verantwortlich. Im Jahr 2008 haben wir sie erstmals veröffentlicht und sehr positive Resonanz von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern erhalten. Wir haben die Kollegen zu einem Casting eingeladen, bei dem „Das Gesicht von T-Mobile“ gesucht wurde. In verschiedenen Settings haben wir Fotos ausgewählter Gruppen von Mitarbeitern geschossen. Wir nutzen diese Bilder für die interne Kommunikation, wie etwa Poster, Icons und Bildillustrationen für interne Kampagnen. Aufgrund des positiven Feedbacks unserer Mitarbeiter, die derartige Aktivitäten mögen und stolz darauf sind, ein „Gesicht von T-Mobile“ zu sein, haben wir uns entschlossen, für das Jahr 2010 einen besonderen Kalender unter dem Motto „Life is for cooking“ mit den Lieblingsrezepten unserer Mitarbeiter zu gestalten. Dieser Kalender war ein voller Erfolg, so dass wir beschlossen haben, 2011 unseren Kollegen einmal zu zeigen, wie unser jeweiliger Arbeitsalltag aussieht.

> Fortsetzung auf Seite 24



„Wir sind ein Team!“

Im Projekt und in der Abteilung, als Geschäftsbereich, nationale Gesellschaft oder auf Konzernebene: Überall setzen sich unsere Teams für den gemeinsamen Erfolg der Telekom ein – auf allen Ebenen des Unternehmens und über vier Kontinente verteilt. Hier eine kleine Auswahl von Bildern, die Kolleginnen und Kollegen aus aller Welt für den Personalbericht zur Verfügung gestellt haben.

Spanien



Das Foto zeigt die leitenden Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des spanischen Project Management in Excellence (PME) Teams. Das Team unterstützt sowohl lokale als auch internationale Geschäftsentwicklungen, globale Trainings- und Transformationsprojekte – von Japan, China und Singapur bis nach Frankreich, Großbritannien, in die Niederlande und die USA (v.l.n.r.: Marcos Bretones, Manuel Andreo, Francisco Magallanes, Cristina Altenhofen, Kevin Karp (Teammanager), Victor Insunza, Daniel Galdon, Jose Broco).

Italien



Luigi Rega, Carmine Capone und Davide Celentano (v.l.n.r.) waren am internationalen Upgrade-Projekt für den Kunden Centrica beteiligt. Das Bild zeigt sie bei der Ankunft in Berlin zu einem Treffen mit den internationalen Kollegen – nach einer langen, tapferen Anreise mit dem Auto aus Neapel: Ein isländischer Vulkan hatte fast alle Flughäfen lahmgelegt.

Slowakei



Dieses Foto von Jarmila Baránková (Mitte), Peter Holan (rechts) und Michal Širochman (links) wurde während des „Sport's Day Event“ des Unternehmens aufgenommen. Die Kollegen arbeiten bei T-Systems Slovakia: Jarmila als Systemadministratorin in der Abteilung AppCom Factory, Peter als Teamleiter innerhalb der Abteilung Application Line Deutsche Telekom AG und Michal als IT-Assistent in der Abteilung Datenbanken und Middleware.

Deutschland



Wir bieten den Kunden weltweit Services und Produkte – ganz gleich, ob es sich um eine afrikanische Forschungsstation oder eine Ölquelle in Aserbaidschan handelt. Das Team Client Procurement – Interational Project Management findet die passenden Lösungen: (v.l.n.r.) Mathias Holz, Stefanie Kranendonck, Karin Gruber, Michael Zivras (OTE). Foto: Kai Töpfer.

Mexiko



Als Teil des Innova T-Programms feiern wir einen Innovationstag mit der Verleihung des Innova T-Preises. „And the winner is“ ... (v.l.n.r.) Francisco Miguel Félix Santini, Francisco Moctezuma Villa, Emilio Cado Elias, Jorge Dimas Hernández Peña.

Polen



„Die Pilica ist ein sehr breiter, leicht zu befahrender, ruhiger Fluss. So wurden wir lediglich nass, als wir uns mit den Kollegen in den anderen Kajaks mit Wasser bespritzt haben“, erzählt Adam Rzymkowski. Dieses Bild wurde während einer Integrationsveranstaltung von T-Systems Polen aufgenommen. Adam und seine Kollegin Agata Swierczewska arbeiten beide bei T-Systems, im Bereich ICTO beziehungsweise im Vertrieb.

Weltweit



Einmal im Jahr wird aus dem virtuellen Team ein ganz reales. Dann finden – jedes Mal an einem anderen Standort – die weltweit verteilten Mitglieder des Global Assignment-Teams zum „International Virtual Team Meeting“ zusammen. Im Jahr 2010 trafen sich HR-Expertinnen und -Experten aus 16 Ländern und 19 Gesellschaften.

China



Das Bild steht für das Projekt IPRO (Internationaler Prozess-Roll-out) im Jahr 2009, als das globale Team für den Kick-off des Projektes nach China reiste. Von links nach rechts: Klaus Kueng, Arkadiusz Czoporz, Luo Mi, Dirk Wenzel, Ulrich Volkmann.



> Fortsetzung von Seite 21

Wie haben Sie das Projekt durchgeführt?

Wir haben eine Gruppe von mehr als 50 Kollegen ausgewählt – ein Foto pro Woche – aus allen unseren Abteilungen: HR, Technologie, Finanzen, Vertrieb, Marketing und Geschäftsführung. Als wir die endgültige Liste der Mitarbeiter hatten, haben wir ein Fotoshooting vorbereitet. Es hat eine Woche gedauert und es war eine echte Herausforderung, Emotionen in jedes Bild zu packen. So zeigen wir unsere Arbeit einmal auf andere Weise. Schlussendlich haben wir es jedoch geschafft und das Ergebnis ist toll geworden.

Ist das Kalenderprojekt Teil einer Strategie?

Oder ist es ein einzelnes Projekt?

Unsere Mitarbeiter in derartige interne Aktivitäten einzubeziehen, ist Teil der internen Kommunikationsstrategie. Aufgrund der zunehmenden Beliebtheit des Mitarbeiter-Kalenders ist es nicht einfach nur ein einzelnes Projekt.

Welche Bedeutung hatte das Projekt?

Wie war die Resonanz Ihrer Kolleginnen und Kollegen?

Sehr positiv. Da der Kalender vor Weihnachten herausgebracht wurde, haben viele der beteiligten Kollegen ihn als Weihnachtsgeschenk an ihre Verwandten verschenkt. Ganz generell sind die Bilder sehr beliebt, und neue Kollegen fragen häufig nach einem Kalender-Exemplar. Er enthält auch wichtige Telefon- und Kontaktnummern von TMCZ und Termine. So macht sich der Kalender nicht nur gut auf dem Schreibtisch, sondern ist auch sehr hilfreich. In manchen Fällen versuchen wir sogar, das Bild eines Kollegen mit einem besonderen Datum zu verbinden, wie etwa dem Geburtstag, Namenstag oder einer wichtigen Wochen-Aktivität in der Abteilung.

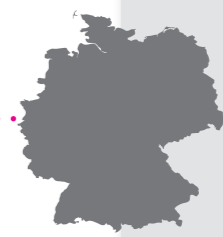


Vier Kontinente, ein Konzern, ein Team.

Weltweit rund **129 Millionen** Mobilfunkkunden sowie 36 Millionen Festnetz- und mehr als 16 Millionen Breitbandanschlüsse.

Bis 2012: europaweit rund **18 000**, in Deutschland über 10 000 Neueinstellungen.

Führung



Deutschland
 Rund 82 Mio. Einwohner
 Hauptstadt: Berlin
 Amtssprache: Deutsch
 Rund 123 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

„Zuhören, kommunizieren, Lösungen suchen.“

Aus Kundensicht hat das Team Platz eins – und zwar unter allen Außendienstteams des Technischen Services für Privatkunden der Telekom. „Das war ein Erfolg, der nur im starken Miteinander möglich war“, verdeutlicht Silke Höhn.

Silke Höhn ist Leiterin Außendienst der Technischen Service-Niederlassung Mitte-Ost (NL MO) mit Sitz in Erfurt. „Wir betreuen mit rund 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern circa 470 000 Kunden in Thüringen und Sachsen-Anhalt.“ Dem Team um Silke Höhn ist es 2010 immer aufs Neue gelungen, mit persönlichem Einsatz und zuverlässigen Leistungen für große Zufriedenheit bei den Kunden zu sorgen. So hat der Außendienst Technischer Service Privatkunden der Niederlassung Mitte-Ost den ersten Platz im „Winner Circle“ Wettbewerb 2011 errungen. Ob erfolgreiche regionale Vermarktung von Entertain, dem TV-Angebot der Telekom, der gemeinsame Kampf mit Kollegen gegen das Saale-Hochwasser im Januar oder auch das Zusammenfinden in neuer Teamstruktur: „Wir alle haben in diesen Erfolg viel investiert und Herzblut reingesteckt.“ Und wie sieht ihr persönliches Erfolgsgeheimnis aus, um mit ihrem Team auch anstrengende Zeiten zu bestehen? „Zuhören, kommunizieren, die Menschen ernstnehmen und gemeinsam nach den besten Lösungen suchen, auch wenn es nicht immer einfach ist“, lautet Silke Höhns klare Antwort. „Außerdem sollten nicht nur Misserfolge analysiert, sondern auch die Erfolge gefeiert werden – dann ist zusammen vieles möglich.“



Ein Jahr Frauenquote. Mehr Frauen in Führungspositionen.

Ein Jahr nach Einführung der Frauenquote haben wir zahlreiche Frauen gewinnen können, gerade auch für Top-Führungspositionen und wichtige Personalentwicklungsprogramme:

- Frauenquote im Führungskräftebereich weltweit von 19 auf 22,7 Prozent erhöht.
- Seit März 2010: statt zwei insgesamt fünf Managerinnen im 66-köpfigen Business Leader Team, der Führungscrew unterhalb des Konzernvorstands, vertreten.
- 13 weibliche Aufsichtsräte in den deutschen Tochter- und Enkelunternehmen neu bestellt – nunmehr 17 Frauen mit Mandaten in Aufsichtsräten der Telekom. Bei den internationalen Gesellschaften: 15 Frauen im Aufsichtsrat auf der Anteilseignerseite.
- Erhöhung des Frauenanteils bei Einstellungen von Top-Nachwuchskräften: von 33 Prozent Anfang 2010 auf 51 Prozent.
- Anteil von Frauen in Managemententwicklungsprogrammen von 18 Prozent im Jahr 2009 auf 34,6 Prozent 2010 gestiegen.

work-life@telekom: Vereinbarkeit von Beruf und Privatleben.

Mit unserem Programm „work-life@telekom“ setzen wir bereits seit 2009 deutliche Akzente, um Beschäftigung und Privatleben besser zu vereinbaren. Wir wollen die Selbstverantwortung und Zeitsouveränität unserer Beschäftigten stärken. Unter anderem haben wir für Mitarbeiter und Führungskräfte drei richtungsweisende Work-Life-Selbstverpflichtungen eingeführt:

- Wir haben mit sofortiger Wirkung die Nutzung von mobilen Geräten und E-Mail in der arbeitsfreien Zeit freigestellt.
- Teilzeit soll selbstverständliches Element unserer Führungskultur werden.
- Wir wollen die Rückkehr in den Konzern nach einer Auszeit oder Elternzeit weiter erleichtern und maßgeschneidert unterstützen.

Unterstützungsangebote: Beruf und Familie in Einklang bringen.

- Ausbau betrieblicher Kinderbetreuung. Investitionen auf insgesamt acht Millionen Euro vervierfacht.
- Kitaplätze an Standorten mit hohen Mitarbeiterzahlen auf insgesamt rund 600 Plätze erhöht. Insbesondere in ländlichen Regionen: enge Kooperation mit dem Elternservice der Arbeiterwohlfahrt (AWO).
- Kostenlose Notfallbetreuung für Kinder, genutztes Gesamtvolumen 2010: 232 Tage.
- Kostenlose Unterstützung bei der Suche nach Kinderbetreuung vor Ort.
- Beratungs- und Vermittlungsleistungen des Seniorenservice für Beschäftigte mit betreuungsbedürftigen Angehörigen.
- Freistellungen in familiären Notfallsituationen.
- Familienerholung: über 42 000 Personen haben inklusive Familienangehörigen die Angebote des Erholungswerks Post Postbank Telekom e. V. genutzt.

Wir fördern Work-Life international. Best Practices aus Europa.

Vorbild Österreich: Rückkehr aus der Elternzeit leicht gemacht. T-Mobile Austria hat mit „Stay in contact“ einen wegweisenden Prozess aufgesetzt, um Mitarbeiter und Führungskräfte nach einer Auszeit wie zum Beispiel der Elternzeit zu reintegrieren.

Vorbild Niederlande: flexible Arbeitsmodelle bei T-Mobile. Bei T-Mobile Niederlande arbeiten zum Beispiel 22 Prozent des Managements, davon etwa die Hälfte Männer, in Teilzeit. Bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sind es 40 Prozent.

Vorbild Slowakei. Das Ferienprogramm der Slovak Telekom (ST), das ST Children Holiday Camp, ist Vorbild für das Kinder-Ferienprogramm, das wir 2011 auch in Deutschland fest einrichten.



Kinder willkommen. Milos Ceman arbeitet als SAP-Administrator in einem Implementierungsteam bei T-Systems in der Slowakei. Das Bild zeigt Milos Ceman und seine Kinder bei der Eröffnungsveranstaltung des neuen Hauptsitzes von T-Systems Slovakia.

„Gegenseitiges Vertrauen – das ist das A und O.“



Silja Ostermann

Sabine Heise und Silja Ostermann sind die beiden ersten Diversity Consultants der Telekom. „Wir sind Ansprechpartnerinnen und Beraterinnen für alle Fragen rund um die Flexibilisierung von Arbeitszeit und Arbeitsort“, erklärt Sabine Heise. Ihre Kollegin Silja Ostermann ergänzt: „Da geht es nicht nur um die Elternzeit. Sondern auch generell um Themen wie Arbeitszeitsouveränität, unterschiedlichste Arbeitsmodelle, Auszeiten oder die Rückkehr von Auslandsaufenthalten oder aus einem Studium.“ Ziel der Beratung ist es, für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eine individuelle Lösung zu entwickeln – in Absprache mit der Führungskraft und dem HR Business Partner, der Schnittstelle zum Personalbereich der Telekom.



Sabine Heise

Wir fördern Work-Life international.

Internationale Work-Life-Befragung unterstützt den **Best Practices-Austausch** unter den Telekom Ländern.

Bau von **familienfreundlichen Büros** in Ungarn.

Flexible Arbeitszeitmodelle: Allein in Deutschland arbeiten über **14 000** Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Teilzeit.

Gesundheitsmanagement-Programm in Kroatien.

Förderung von **Gender-Trainings** in der polnischen PTC sowie der griechischen und rumänischen Cosmote.