

Wandel gestalten. Deutsche Telekom.

Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006



Deutsche
Telekom



Zum Bericht.

Berichtszeitraum.

Der Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006 schreibt den vorjährigen Bericht fort. Er umfasst den Berichtszeitraum September 2005 bis August 2006.

Themen und Zielsetzungen.

Inhalt und Gewichtung des Berichts orientieren sich an internationalen Standards wie den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI, www.globalreporting.org) und Kriterien der Ratingagenturen. Darüber hinaus haben wir Anregungen unserer Stakeholder aus Befragungen aufgegriffen und teilweise umgesetzt. Herausforderungen, Werttreiber und Business Cases für die Deutsche Telekom, die bereits im aktuellen Geschäftsbericht detailliert beschrieben sind, werden in diesem Bericht nicht erneut aufgeführt.

Insbesondere in die inhaltliche Gewichtung des diesjährigen Personal- und Nachhaltigkeitsberichts sind Stakeholder-Anforderungen eingeflossen. So deckt der Bericht nicht mehr alle Personal- und Nachhaltigkeitsthemen ab, sondern fokussiert auf vier Schwerpunktthemen. Mit diesen benennt er die zentralen, derzeit aktuellen Herausforderungen für die Deutsche Telekom. Ein – erstmals kommentierter – Datenteil unterstützt die Transparenz der inhaltlichen Aussagen. Das einführende Kapitel stellt umfassend die

Zukunftsbezogene Aussagen und Kennzahlen.

Dieser Personal- und Nachhaltigkeitsbericht enthält zukunftsbezogene Aussagen, die 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 dienen dazu, zukunftsbezogene Aussagen zu kennzeichnen. Zukunftsbezogene Aussagen basieren auf derzeit gültigen Plänen, Einschätzungen und Erwartungen. Daher sollten sie mit Vorsicht betrachtet werden. Solche Aussagen unterliegen Risiken und Unsicherheitsfaktoren, von denen die meisten schwierig einzuschätzen sind und die im Allgemeinen außerhalb der Kontrolle der Deutschen Telekom liegen. Sollten diese oder andere Risiken und Unsicherheitsfaktoren eintreten oder sollten sich die den Aussagen zu Grunde liegenden Annahmen als unrichtig herausstellen, so können die tatsächlichen Ergebnisse der Deutschen Telekom wesentlich von denjenigen abweichen, die in diesen Aussagen ausgedrückt oder impliziert werden. Die Deutsche Telekom kann keine Garantie dafür geben, dass die Erwartungen oder Ziele erreicht werden. Die Deutsche Telekom lehnt jede Verantwortung für eine Aktualisierung der zukunftsbezogenen Aussagen durch Berücksichtigung neuer Informationen oder zukünftiger Ereignisse oder anderer Dinge ab. Die Deutsche Telekom führt keine Überleitung der bereinigten EBITDA-Erwartung zu GAAP-Kennzahlen durch, da dies einen unangemessenen Aufwand bedeuten würde. Die Deutsche Telekom macht grundsätzlich keine Vorhersagen zu den tatsächlichen Auswirkungen zukünftiger Sondereinflüsse auf Grund deren Unsicherheit. Sondereinflüsse und Zinsen, Steuern und Abschreibungen (einschließlich Wertminderungen) können sich erheblich auf das Unternehmens-

strategischen Leitlinien dar, auf deren Basis der Konzern in den vier Schwerpunktbereichen agiert.

Richtigkeit und Zuverlässigkeit.

Mit diesem Bericht streben wir einen transparenten und umfassenden Überblick über unsere Aktivitäten und Planungen in den Bereichen Personal und Nachhaltigkeit an. Im Detail, wie zum Beispiel den Umweltdaten einiger unserer Konzern-Beteiligungen, stehen aussagekräftige Informationen noch aus; Gründe dafür sind unter anderem die im Aufbau befindlichen Erfassungssysteme. Wir erweitern und komplettieren jedoch die Erfassung umweltrelevanter Daten kontinuierlich im gesamten Konzern. Alle angegebenen Daten, ob ökonomisch, sozial-gesellschaftlich oder ökologisch, wurden korrekt bilanziert.

Nachhaltigkeit online.

Vertiefende Informationen zum diesjährigen Bericht und zu den Herausforderungen der Nachhaltigkeit finden sich auf der Online-Plattform www.telekom.de/nachhaltigkeit.

Hinweise und verwendete Begriffe.

An einigen Stellen haben wir nur das Wort „Mitarbeiter“ verwendet. Es gilt dort immer als Oberbegriff für „Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.“

ergebnis auswirken. Zu den Anpassungen, die zur Feststellung des bereinigten EBITDA für 2006 und 2007 vorgenommen werden müssen, zählen u. a. die Kosten der personalbezogenen Maßnahmen des Konzerns, die nach Schätzungen der Deutschen Telekom im Zeitraum von 2005 bis 2008 zu Aufwendungen in Höhe von ca. 3,3 Mrd. € führen werden. Dieser Personal- und Nachhaltigkeitsbericht enthält eine Reihe von so genannten Non-GAAP-Kennzahlen, die nicht Bestandteil der Rechnungslegungsvorschriften sind wie z.B. die Berechnung von Nachhaltigkeits-Indikatoren. Diese Kennzahlen sind als Ergänzung, jedoch nicht als Ersatz für die nach IFRS erstellten Angaben zu sehen. Non-GAAP-Kennzahlen, die nicht Bestandteil der Rechnungslegungsvorschriften sind, unterliegen weder den IFRS noch anderen allgemein geltenden Rechnungslegungsvorschriften. Andere Unternehmen legen diesen Begriffen unter Umständen andere Definitionen zu Grunde. Informationen zur Erläuterung dieser Begriffe finden sich im Kapitel „Unsere Geschäftsentwicklung“ des Geschäftsberichts 2005, der auch auf der Website der Deutschen Telekom (www.telekom.de) unter „Investor Relations“ eingestellt ist. Zum Titelbild. Das Foto zeigt Gesche Joost, Deutsche Telekom Laboratories, im Berliner Lapidarium. In dem ehemaligen Pumpwerk sind erhaltenswerte Denkmäler, vor allem aus dem Tiergarten, untergebracht. Mehr über Gesche Joost, kundenorientierte Innovation und Zukunftssicherung im Kapitel 1 ab Seite 6 dieses Berichts. Klimaneutralität. Die Deutsche Telekom hat den vorliegenden Personal- und Nachhaltigkeitsbericht klimaneutral produziert und ausgeliefert. Die entstandenen Treibhausgas-Emissionen wurden durch entsprechende Klimaschutzmaßnahmen vollständig kompensiert.

Verantwortung für morgen.

Die Deutsche Telekom engagiert sich für die Gesellschaft.

Unser Handeln als eines der weltweit führenden Unternehmen der Telekommunikations- und Informationstechnologie hat weit reichende gesellschaftliche Auswirkungen. Wettbewerbsfähigkeit und gesellschaftliche Verantwortung gehen deshalb bei der Deutschen Telekom Hand in Hand - verantwortungsvolles Handeln ist für uns die Basis langfristigen unternehmerischen Erfolgs.

Die Deutsche Telekom versteht sich als „Good Corporate Citizen“, als verantwortungsvoll handelnder Bürger, der die Gesellschaft aktiv mitgestaltet und einen Beitrag zum Allgemeinwohl leistet. Das tun wir in unserem eigenen Handeln und mit unseren Produkten und Dienstleistungen, die in vielen Bereichen die Leistungsfähigkeit unserer modernen Gesellschaft fördern und die Art und Weise prägen, wie wir miteinander in Verbindung treten.

Einen Beitrag zur positiven gesellschaftlichen Entwicklung leisten wir auch in zahlreichen Projekten und Initiativen, die wir allein oder mit Partnern initiieren und fördern - auf regionaler Ebene, national und international.

So vielschichtig wie unser Konzern ist unser gesellschaftlicher Beitrag. Wir engagieren uns in allen maßgeblichen Bereichen des öffentlichen Lebens. Die konzernweite Corporate Reputation-Strategie fasst dieses Engagement in sechs definierten Themenfeldern zusammen:

- Wirtschaft und Gesellschaft
- Soziales und Regionales
- Umwelt und Gesundheit
- Sport und Kultur
- Jugend und Bildung
- Forschung und Innovation

In all diesen Bereichen geben wir Impulse für ein lebenswertes Heute und Morgen.

Der Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006

- 2 Vorwort.
- 4 Portrait Deutsche Telekom.

Vision, Strategien und Geschäftsfelder

- 8 Vertrauen und Wachstum durch nachhaltige Unternehmensführung.
- 11 Corporate Governance. Konzernweiter Verhaltenskodex etabliert.
- 12 Das Management. Nachhaltigkeit konzernweit verankert.
- 13 Stakeholderdialog. Offen, konstruktiv, partnerschaftlich.

Personalumbau

- 16 Konsequente Zukunftssicherung in einer Branche im Umbruch.

Personalentwicklung

- 28 Kompetenz für starke Leistungen im Wettbewerb.

Supply Chain Management

- 36 Weltweite Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Klimaschutz

- 46 Verantwortlich handeln, Ressourcen effizient einsetzen.

Daten und Ziele

- 53 Roadmap.
- 54 Nachhaltigkeitsindikatoren.
- 55 Ausgewählte Daten.
- 62 Impressum und Ansprechpartner.
- U3 Index nach GRI.
- U5 Beschäftigte weltweit.

Liebe Leserinnen und Leser,

„Hallo Zukunft!“ – so lautet das Motto der aktuellen Imagekampagne der Deutschen Telekom. Mit diesem griffigen Slogan zeigen wir, was unser Unternehmen gerade auch im immer härteren nationalen und internationalen Wettbewerb antreibt. Wir gestalten die Zukunft – aktiv und nachhaltig, zum Nutzen unserer Kunden, unserer Mitarbeiter, unserer Aktionäre und Partner, zum Wohle der Gesellschaft insgesamt.

Die Deutsche Telekom ist eines der weltweit führenden Unternehmen der Telekommunikationsbranche. Wir sind uns bewusst, dass die technologischen und unternehmerischen Entscheidungen, die wir treffen, weit reichende Auswirkungen haben. Die Telekommunikation ist eine Schlüsseltechnologie für praktisch alle Branchen. In vielen gesellschaftlichen Bereichen sind mit dem Einsatz von Informationstechnik (IT) und Telekommunikation gravierende Veränderungen verbunden. Vor diesem Hintergrund übernehmen wir Verantwortung für die Welt von heute und morgen und arbeiten konsequent daran, die Wege für dieses Morgen zu ebnen. Gerade in schwierigen Zeiten, in denen die Anforderungen an den Telekom Konzern steigen, ist es notwendig, besonders verantwortungsvoll, besonnen, glaubwürdig und transparent zu handeln, um das Vertrauen von Kunden und Investoren zu erhalten.

Im Fokus stehen dabei natürlich die Produkte und Lösungen, die wir für unsere Kunden realisieren. Ob Breitbandanschlüsse für das multimediale Internet-Erlebnis, hochleistungsfähige Mobilfunknetze für die ganze Freiheit der Kommunikation unterwegs oder ausgefeilte Komplettlösungen aus IT und Telekommunikation für unsere Firmenkunden – „wir verbinden die Gesellschaft für eine bessere Zukunft“. Die Deutsche Telekom bekennt sich zu ihrem gesellschaftlichen Auftrag. Wir leiten daraus das Versprechen und die Verpflichtung ab, der Verantwortung für das Umfeld gerecht zu werden, in dem unser Konzern agiert.

In dieser Verantwortung stehen wir auch als Arbeitgeber. Die Deutsche Telekom beschäftigt rund 250 000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in mehr als 50 Ländern, 170 000 davon in Deutschland. Die internationale Telekommunikationsbranche durchläuft derzeit einen breiten Transformationsprozess vom technologie- hin zum dienstleistungs- und kundenorientierten Wirtschaftsbereich. Auf die damit verbundenen gravierenden Veränderungen der Branchenstrukturen und Geschäftsmodelle reagieren wir mit einem umfassenden Personalumbau und mit einer breiten Palette von Maßnahmen der Personalentwicklung. Das Ziel: Wir müssen in einem kontinuierlichen Prozess die Kompetenzen unserer Mitarbeiter so formen, dass wir im wettbewerbsintensiven Markt die Zukunft unseres Unternehmens sichern. Gleichzeitig stehen wir vor der Aufgabe, die Organisationsstrukturen unseres Konzerns auf die veränderten Anforderungen der Kunden und des Marktes auszurichten und die Schwerpunkte unserer unternehmerischen Aktivitäten neu zu setzen. Mit der Verschmelzung von T-Com und T-Online beispielsweise haben wir unsere Stärken im wichtigen Breitbandmarkt gebündelt. Wir gestalten bei der Deutschen Telekom einen Prozess umfassender Veränderungen, in dessen Verlauf wir zum führenden Dienstleistungsunternehmen unserer Branche avancieren wollen.

■ Vorwort

- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Wir arbeiten aktiv am Wandel in Gesellschaft und Wirtschaft für eine bessere Zukunft – und wir forcieren den Wandel der Deutschen Telekom zum strikt kundenorientierten Konzern, der Dienstleistungen der Informationstechnik und Telekommunikation in hervorragender Qualität bietet. „Wandel gestalten“ ist daher konsequenterweise der Titel des Personal- und Nachhaltigkeitsberichtes 2006 unseres Unternehmens. Wir machen mit der Struktur und den Inhalten dieses Berichts deutlich, dass wir auch in der derzeitigen Transformationsphase in unserem Markt weiterhin unsere Rolle als einer der Innovationsführer übernehmen. Wir überzeugen nicht nur unsere Kunden mit innovativen Produkten und Dienstleistungen. Wir treiben auch den Wandel der Deutschen Telekom mit innovativen Instrumenten und Maßnahmen voran.

Die Veränderungen in der Telekommunikationsbranche stellen uns vor große Aufgaben. Nach unserer festen Überzeugung lässt sich ein erfolgreicher Wandel nur dann gestalten, wenn er sich an verlässlichen Konstanten orientiert. Die Grundlage unseres Handelns bildet unser Konzernleitbild T-Spirit. Um dieses Leitbild zu konkretisieren, haben wir uns mit dem Code of Conduct einen verbindlichen Werterahmen für das persönliche und unternehmerische Engagement gegeben. Mit diesem Verhaltenskodex verpflichten wir uns zu nachhaltigem, fairem und respektvollem Handeln. Im Sinne unserer Kunden, Aktionäre, Geschäftspartner sowie der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gestalten wir auf der Basis des Code of Conduct mit unserer Innovationskraft und Kreativität die Entwicklung der Informations- und Wissensgesellschaft.

Ein weiterer wichtiger Ausgangspunkt für den Wandel unseres internationalen Konzerns ist das eindeutige Bekenntnis zu einer nachhaltigen Unternehmensentwicklung. Wir leben die Prinzipien der Nachhaltigkeit in der gesamten Telekom Gruppe. Diese Prinzipien prägen unsere Arbeit innerhalb der Deutschen Telekom, etwa bei der sorgfältigen Nutzung von Ressourcen oder in der Personalentwicklung. Und diese Prinzipien erstrecken sich auf unsere Leistungen im Markt und unser gesellschaftliches Engagement.

Unternehmen sind nicht nur Teilnehmer am ökonomischen Marktgeschehen, sie sind auch Teil der Gesellschaft. In dieser Überzeugung engagiert sich die Deutsche Telekom auch auf den Gebieten der Ökologie und der Übernahme sozialer Verantwortung. Dies schulden wir allen unseren Nachkommen.

Kai-Uwe Ricke
Vorstandsvorsitzender

Dr. Heinz Klinkhammer
Vorstand Personal

Deutsche Telekom. Wandel gestalten, Kunden begeistern.

Die Informationsgesellschaft steht vor einem tiefgreifenden Wandel: Der Einsatz von Information and Communication Technology (ICT) und immer höhere Geschwindigkeiten bei der Datenübertragung ermöglichen flexible Lebens- und Arbeitsweisen, neue Formen von Berufs- und Freizeitgestaltung. Die bevölkerungsweite und flexible Verfügbarkeit von breitbandigen Entertainment- und Informationsinhalten ist dabei einer der Wachstumshebel für die Telekommunikationsbranche.

Deutsche Telekom: Zukunftsgestaltung mit Verantwortung. Die Deutsche Telekom ist als führender Anbieter im internationalen Telekommunikationsmarkt ein Motor der Informationsgesellschaft. Mit Produkten und Diensten schaffen wir die notwendige, leistungsstarke Infrastruktur für die „Gesellschaft von morgen“ und eröffnen breiten Bevölkerungsschichten den Zugang zu modernen Kommunikationsmedien. In den drei strategischen Geschäftsfeldern Breitband/Festnetz, Mobilfunk und Geschäftskunden richtet sich die Deutsche Telekom konsequent auf die unterschiedlichen Kundenbedürfnisse aus und erschließt neues Wachstumspotenzial. Das Bekenntnis zur Nachhaltigkeit bildet dabei die Basis unseres geschäftlichen Handelns und orientiert sich gleichermaßen an ökonomischen, sozialen und umweltrelevanten Kriterien. Das „Excellence Program“ und das Programm „Telekom 2010“ zur Umsetzung der Konzernstrategie, die unterstützende Konzern-Personal- und Konzern-Nachhaltigkeitsstrategie sind Leitlinien für ein profitables und nachhaltiges Wachstum.

Im Geschäftsjahr 2005 erwirtschaftete die Deutsche Telekom einen Gesamtumsatz von 59,6 Milliarden €. Das entspricht einem Umsatzplus von 3,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Das bereinigte EBITDA stieg im gleichen Zeitraum um 5,7 Prozent auf 20,7 Milliarden €. Der Konzernüberschuss wuchs von rund zwei auf gut 5,5 Milliarden €. Parallel dazu konnte der Konzern die Netto-Finanzverbindlichkeiten um 3,2 Prozent auf 38,6 Milliarden € reduzieren. Im ersten Halbjahr 2006 setzte die Deutsche Telekom ihren Wachstumskurs fort: Dabei stand einem – aufgrund des erneut stark verschärften Wettbewerbsumfeldes – um vier Prozent gesunkenen Inlandsumsatz ein um 13,5 Prozent gestiegener Auslandsumsatz gegenüber. Der Gesamtumsatz belief sich zum 30. Juni 2006 auf 30 Milliarden €, 3,2 Prozent mehr als im ersten Halbjahr 2005. Der Konzernüberschuss erreichte einen Wert von rund 2 Milliarden €. Zum 30. Juni 2006 beschäftigte der Konzern Deutsche Telekom 249 991 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Breitband/Festnetz: Tempo für die Informationsgesellschaft. Als Vorreiter bei der Entwicklung des Breitbandmarktes haben wir in den vergangenen Jahren maßgeblich die Informationsgesellschaft in Deutschland und Europa gestaltet. Immer mehr Kunden nutzen „DSL made by T-Com“. Allein in Deutschland stieg die Zahl der T-DSL Anschlüsse zum 30. Juni 2006 auf 8,96 Millionen. Sie erschließen neue Dimensionen der Breitbandkommunikation durch einen





- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

konsequenten Ausbau der Netzinfrastruktur und die Weiterentwicklung breitbandiger Dienste wie IP-Telefonie und IP-TV (TV via Internet). Die seit dem 6. Juni 2006 wirksame Verschmelzung der T-Online International AG auf die Deutsche Telekom AG erlaubt dem Geschäftsfeld Breitband/Festnetz, Kunden integrierte Produkte und Services aus einer Hand zu bieten.

Die Basis für künftige Breitbandangebote aus Telefon, Internet und Fernsehen ist das neue Hochgeschwindigkeitsnetz auf Glasfaserbasis. Mit Datenübertragungsraten von bis zu 50 Megabit pro Sekunde ebnet die „Revolution im Netz“ innovativen Kommunikationsanwendungen den Weg und eröffnet der Informationsgesellschaft neue Chancen.

Nicht nur in Deutschland, auch im europäischen Ausland sind wir führend bei der Entwicklung des Breitbandmarktes. In den von T-Com geführten Beteiligungsgesellschaften in Ungarn, Kroatien und der Slowakei wuchs die Zahl der DSL-Anschlüsse bis Ende 2005 auf insgesamt eine halbe Million. Und durch erste kombinierte Angebote aus DSL-Anschluss, Kommunikations- und Entertainment-Services ist T-Online – vor allem in Frankreich und Spanien – Vorreiter bei der Gestaltung künftiger Breitbandangebote.

Mobilfunk: Mobilität überschreitet Grenzen. Im Geschäftsfeld Mobilfunk ist das Kundenwachstum konstant. T-Mobile, das als Markendach für die meisten Mobilfunkaktivitäten des Konzerns steht und in wichtigen europäischen Märkten sowie in den USA vertreten ist, zählte zum 30. Juni 2006 90,2 Millionen Kunden. Das entspricht einem Plus von 10,3 Prozent gegenüber dem ersten Halbjahr 2005. Wesentlich für dieses anhaltende Wachstum ist die zunehmende Leistungsfähigkeit des Netzes und ein Tarifangebot, das das Kundenbedürfnis nach Transparenz und Komfort in den Mittelpunkt stellt. Als Teil seines mobilen Breitbandnetzes

betreibt T-Mobile unter anderem, gemeinsam mit T-Com, das weltweit größte W-LAN Angebot – mit rund 17 000 HotSpot-Standorten für die mobile Datenübertragung. Wir betreiben heute in Deutschland, UK, Ungarn, Österreich und den Niederlanden ein HSDPA-Netz, dessen Geschwindigkeit wir voraussichtlich bis Ende des Jahres 2007 noch auf 7,2 Mbit/s hochschrauben wollen.

Um mobil zu telefonieren, nutzten europaweit zum Ende des ersten Halbjahres 2006 rund 6,5 Millionen Kunden einen der Sprachtarife mit Inklusivminuten und ohne monatlichen Grundpreis. Darüber hinaus hat T-Mobile die Vermarktung von „web'n'walk“ vorangetrieben. Mit dem mobilen Zugang zum freien Internet hat T-Mobile die Grenzen des Mobilfunks weiter gezogen und als einer der ersten Mobilfunkanbieter den Zugriff auf sämtliche Inhalte des weltweiten Netzes ermöglicht.

Geschäftskunden: Lösungen für erfolgreiches Business. Im strategischen Geschäftsfeld Geschäftskunden ist T-Systems verantwortlich für die Betreuung der Geschäftskunden der Deutschen Telekom. T-Systems Enterprise Services entwickelt und realisiert Informations- und Telekommunikationslösungen für rund 60 multinational agierende Konzerne und große Institutionen der öffentlichen Hand. Das gleiche Spektrum an Services für die rund 160 000 großen und mittelständischen Geschäftskunden des Konzerns erbringt T-Systems Business Services. Als führender IT-Dienstleister im Geschäftskundenmarkt stellt T-Systems dabei ihren Kunden das gesamte Lösungsangebot im Bereich IT und Telekommunikation zur Verfügung. Mit diesen Lösungen versetzt T-Systems Geschäftskunden in die Lage, ihre unternehmerischen Aktivitäten flexibler zu gestalten, Kosten zu senken und damit ihre Wettbewerbsposition nachhaltig zu verbessern.

„Innovation weist den Weg in Vergangenheit und Zukunft.“

Gesche Joost, Deutsche Telekom Laboratories





„Produkte und Anwendungen sind für die Kunden da, nicht umgekehrt“, sagt Gesche Joost. Die diplomierte Design-Expertin forscht als „Senior Research Scientist“ im Projektfeld Intuitive Bedienbarkeit. Ziel ihres aktuellen Projekts „Easy2Use“ ist es, verschiedene Anwendungen und Produkte mit einer konsistenten Bedienlogik auszustatten: „Mehrere Geräte, eine Menüführung – das ist praktisch und innovativ“, findet die 31-Jährige, eine der „100 Köpfe von morgen“ der Kampagne der Bundesregierung „Deutschland – Land der Ideen“. Ein Beispiel für eine Innovation aus Kundensicht ist der intuitiv bedienbare Handy-Service „Qiro“. Er vereint kartenbasierte Orientierung, Community, Information und Service und präsentiert übersichtlich Inhalte zur unmittelbaren Umgebung.

Vision, Strategien und Handlungsfelder.

Langfristige Sicherung des wirtschaftlichen Erfolgs durch „Telekom 2010“. Mit dem 7-Punkte-Programm und „Telekom 2010“ befindet sich die Deutsche Telekom in einer neuen Phase ihrer Konzernstrategie. Die Umsetzung wird von der Personal- und Nachhaltigkeitsstrategie unterstützt.

Die Unternehmenswerte, die Corporate Values der Deutschen Telekom und unser Konzern-Leitbild T-Spirit, bilden die Basis auf der wir die Informations- und Telekommunikationsindustrie aktiv mitgestalten wollen – als Europas größter integrierter Telekommunikationsanbieter und führendes Dienstleistungsunternehmen der Branche. Auf dem Weg dorthin bestimmt das neue Programm „Telekom 2010“ die Konzernstrategie, mit der die Deutsche Telekom sicher durch die Konsolidierung der ICT-Branche gesteuert werden soll. Dabei wird das bisherige Excellence Program abgelöst.

Im Fokus der „Telekom 2010“ steht ein 7-Punkte-Programm mit den Themen Umsatzstabilisierung im Inland und Wachstum im Ausland, Innovation, Serviceorientierung und nachhaltige Effizienzsteigerung. Personal- und Nachhaltigkeitsstrategie leisten wertvolle Beiträge zur Realisierung der Konzernstrategie und sind Bestandteil sowohl des bisherigen Excellence Program als auch des zukunftsorientierten nachhaltigen Programms „Telekom 2010“.

„Telekom 2010“: neues Maßnahmenpaket geschnürt. Nach dem erfolgreichen Abschluss der Entschuldung und Neustrukturierung unseres Unternehmens orientierte sich die Deutsche Telekom im Rahmen des Excellence Program an den strategischen Zielen Wachstum und Wertsteigerung. Die Wachstumsprogramme Save for Growth, Focus on Growth und Re-Invent führten zu wesentlichen Fortschritten. Jetzt gilt es Kernelemente des Excellence Program weiter auszubauen und diese in den Fokus der neuen Konzernstrategie zu stellen.

Teil der neuen Konzernstrategie ist auch eine neue Geschäftsverteilung im Vorstand, die Ende August 2006 der Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Die Deutsche Telekom wird damit entscheidende Schlüsselfunktionen zentral führen. Diese Maßnahmen tragen dem Umstand Rechnung, dass die Deutsche Telekom ihren Marktauftritt in Deutschland stärker koordinieren und gleichzeitig die Kostenstrukturen radikal an die veränderten Marktbedingungen anpassen muss.

Die Eckpunkte des 7-Punkte-Programms:

1. Punkt:

In Deutschland strebt die Telekom die nachhaltige Ertrags-sicherung an und sichert damit die Zukunftsfähigkeit. Dazu sollen mit attraktiven Komplettpreisen und herausragendem Service Marktanteile verteidigt werden.

2. Punkt:

Auf den europäischen Märkten gilt es, den Umsatzmarktanteil bis 2010 nachhaltig auszubauen.

3. Punkt:

In den USA soll der Umsatzmarktanteil maximiert und T-Mobile USA zur größten Geschäftseinheit im Privatkundengeschäft des Konzerns entwickelt werden.

4. Punkt:

Im Geschäftskundenmarkt ist das Ziel, über alle Kundensegmente eine Marktposition unter den TOP 3 in Europa zu erreichen.

5. Punkt:

Die Telekom konzentriert sich auf die großen Innovationsthemen der Industrie: IP-TV, mobiles Internet und ICT-Services.

6. Punkt:

Beim Thema "Servicekultur" ist es das Ziel, rund 80 Prozent aller Kundenanliegen beim ersten Kontakt zu erledigen. In 2007 wird der Service zum Kernthema. Dazu müssen bestehende Ansätze wie die Integrierte Kundendatenbank und das Customer Relationship Management konsequent fortgeführt werden. Dazu werden Servicemodelle der Tochtergesellschaft T-Mobile USA importiert.

7. Punkt:

Bis 2010 soll die Deutsche Telekom das ertragsstärkste Unternehmen in der europäischen Branche werden. Die Maßnahmen dazu heißen: IP-basierte Infrastruktur, IT-Architektur sowie Vertriebs- und Marketingeffizienz.



Personalstrategie: Beitrag zur Konzernstrategie. Die Deutsche Telekom befindet sich mit der gesamten ICT-Branche in einer Konsolidierungsphase, deren starke externe Einflüsse und Ansprüche die Schwerpunkte der Personalstrategie und -arbeit bestimmen. Erster und wichtigster Einflussfaktor sind die steigenden Qualitäts- und Serviceanforderungen im Privatkunden- wie im Geschäftskundenbereich. Eine weitere Herausforderung ist die rasante technologische Entwicklung, die sowohl national als auch international zu einer weiteren Intensivierung des Wettbewerbs und damit des Kostendrucks führt. In Deutschland und zum Teil auch auf europäischer Ebene kommt als dritte Komponente eine Regulierungspolitik hinzu, die eine Umverteilung von Marktanteilen von der Deutschen Telekom hin zu den Wettbewerbern als Ziel verfolgt. Daraus resultieren für unseren Marktauftritt zum Teil gravierende Einschränkungen.

Vor diesem Hintergrund ist die Konzern-Personalstrategie in enger Verzahnung mit der Konzernstrategie entwickelt worden. Dabei haben wir uns im Personalbereich folgende Ziele gesetzt:

- Bedarfsorientierter Personalumbau im inländischen Konzern
- Reduzierung der Personalaufwandsquote
- Fokussierung auf Führungsqualität und Serviceorientierung

Personeller Umbau: bedarfsorientierte Veränderungen. Wir wollen die Veränderung der Personalstruktur aktiv gestalten. Dabei geht es einerseits um die gezielte Personalentwicklung sowie um die Neueinstellung junger Fachkräfte, die zur Verbesserung der Service- und Beratungsleistungen beitragen. Zum anderen gilt es, die im Kerngeschäft notwendigen Personalanpassungen vorzunehmen und den personellen Aufbau der Wachstumsbereiche zu unterstützen. Wir werden national diese Personalanpassung, die im Wesentlichen die Festnetzsparte betrifft, weitestgehend

auf freiwilliger Basis und sozialverträglich vornehmen. Dabei steht die Deutsche Telekom AG zu dem Verzicht auf betriebsbedingte Kündigungen bis Ende 2008, den sie mit dem Sozialpartner im Rahmen des Beschäftigungsbündnisses vereinbart hat.

Optimierte Personalaufwandsquote: Etablierung marktüblicher Vergütungsmodelle. Der personelle Umbau wird erheblich dazu beitragen, die Personalaufwandsquote, also das Verhältnis von Personalkosten zu Umsatz, zu verbessern. Daneben haben wir weitere Maßnahmen zur Optimierung der Personalaufwandsquote initiiert. Eine wesentliche Rolle spielen hier die Implementierung und der Ausbau markttypischer Vergütungsstrukturen.

Führungsqualität und Serviceorientierung: Initiativen im Personalbereich. Eine der Maßnahmen zur Erhöhung der Führungsqualität ist das Programm „STEP up!“, über das wir konzernübergreifende Entwicklungssysteme für Führungskräfte schaffen beziehungsweise vereinheitlichen. Auch der Personalbereich selbst erhöht seine Serviceorientierung. Mit dem Projekt „BestPS“ gelang dabei ein wichtiger Schritt. Der neu geschaffene Personalservice Telekom positioniert sich dadurch mit hochwertigen Dienstleistungen auf dem internen Markt. Zusätzlich können Synergien genutzt werden.





Nachhaltigkeitsstrategie: auf dem Weg zur „Sustainability Excellence“. Unsere neue Konzern-Nachhaltigkeitsstrategie 2006-2008 konkretisiert und dokumentiert unsere Verantwortung gegenüber Kunden, Mitarbeitern, Investoren und Gesellschaft. Mit dieser Strategie verfolgen wir weiterhin unsere Vision: „Die Deutsche Telekom ist ein nachhaltiges Unternehmen in einer nachhaltigen Gesellschaft“. Ebenso wie die Konzern-Personalstrategie leistet die Konzern-Nachhaltigkeitsstrategie einen wesentlichen Beitrag zur Steigerung

des Konzernwertes und zur Umsetzung des Programms „Telekom 2010“. Durch zunehmende Transparenz, Glaubwürdigkeit und die Herausstellung langfristiger Perspektiven verbessert die Nachhaltigkeitsstrategie die positive, ganzheitliche Wahrnehmung des Konzerns. Sie trägt damit zur Stärkung unserer Vertrauenswürdigkeit bei den verschiedenen Stakeholdern bei, insbesondere bei Kunden und Aktionären, aber auch bei Mitarbeitern, Lieferanten und Nicht-Regierungsorganisationen (NGO).

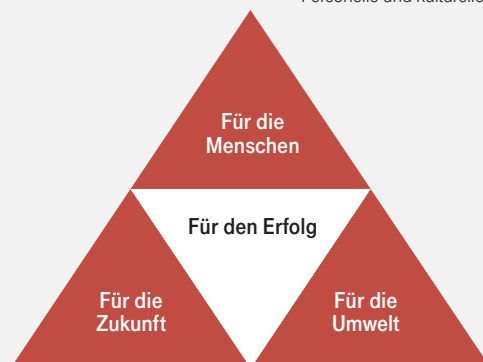
Die Handlungsfelder der Nachhaltigkeitsstrategie

Für den Erfolg:

- Dauerhaft wirtschaftlich erfolgreiches Handeln
- Steigerung der Kundenzufriedenheit durch Qualität
- Erhöhung des Vertrauens der Investoren, Finanzmärkte und anderer Stakeholder

Für die Menschen:

- Prinzipien des Global Compact leben
- Berücksichtigung internationaler Arbeits-, Umwelt- und Sozialstandards
- Sozialverträgliche Gestaltung des Personalumbaus
- Personelle und kulturelle Vielfalt



Für die Zukunft:

- Nachhaltige Gestaltung von Produkten und Diensten
- Mitgestaltung der Informationsgesellschaft durch Innovationen
- Einbezug der Technikfolgenabschätzung in Entscheidungen
- Bürgerschaftliches Engagement

Für die Umwelt:

- Steigerung der Ressourceneffizienz
- Aktiver Beitrag zum Klimaschutz
- Systematische Reduktion eigener Umweltauswirkungen

Klare Orientierung, konkrete Roadmap. Die Konzern-Nachhaltigkeitsstrategie gibt durch den zusammenfassenden Leitsatz „Sustainability Excellence – wir schaffen Vertrauen durch nachhaltige Unternehmensführung“ eine klare inhaltliche Orientierung. Sie ist für den gesamten Konzern weltweit gültig. Zentraler Baustein sind die „Leitlinien nachhaltiger Unternehmensführung“; sie umschreiben die wesentlichen Handlungsfelder der Nachhaltigkeit für die Deutsche Telekom. Auf dieser Grundlage definieren die Konzerneinheiten für sich selbst Ziele und Meilensteine, die – gebündelt als „Roadmap Personal und Nachhaltigkeit“ – die geplanten Schritte auf dem Weg zu einem nachhaltigen Unternehmen beschreiben. Die Roadmap Personal und Nachhaltigkeit wird kontinuierlich um neue Meilensteine erweitert und regelmäßig aktualisiert (siehe Ausklappseite „Roadmap Personal und Nachhaltigkeit“ und Internet).

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Corporate Governance. Konzernweiter Verhaltenskodex etabliert.

Der neue Code of Conduct stärkt die konzernweite Corporate Governance. Zur Einhaltung des Verhaltenskodex hat die Deutsche Telekom ein Wertemanagement implementiert. Hinweise zu Fehlverhalten finden durch ein Hinweisgeberportal Eingang.

Im April 2006 hat die Deutsche Telekom einen konzernweiten Code of Conduct eingeführt. Damit haben wir einen konzernweiten Verhaltenskodex implementiert, der auf den gemeinsamen Werten unseres Konzern-Leitbildes T-Spirit fußt und für alle Vorstände, Führungskräfte und Beschäftigte weltweit verbindlich ist. Der Code of Conduct bestimmt unser Handeln innerhalb des Konzerns ebenso wie im Umgang mit Kunden, Geschäftspartnern, Stakeholdern und der Öffentlichkeit – in allen Ländern, in denen wir tätig sind.

Code of Conduct: Handeln nach Gesetz und Ethik. Als international agierendes Unternehmen ist es für uns von entscheidender Bedeutung, über ein wirkungsvolles Managementinstrument zur Corporate Governance zu verfügen. Mit dem Code of Conduct haben wir unsere Vision und unser Konzernleitbild T-Spirit in einem transparenten Verhaltenskodex verankert, der für alle Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Deutschen Telekom Richtlinie für vorbildliches ethisch und rechtlich korrektes Geschäftsverhalten ist. Dieses Verhalten orientiert sich auch an den Prinzipien des Deutschen Corporate Governance Kodex und an den Werten des Global Compact der Vereinten Nationen. Die Frage, unter welchen Bedingungen unsere Produkte und Dienstleistungen hergestellt und angeboten werden, beantwortet der Code of Conduct mit seiner Verpflichtung zu nachhaltigem Wirtschaften und durch Verweis auf die konzernweit gültige Sozialcharta. Mit ihr haben wir die Einhaltung von international anerkannten menschenrechtlichen, sozialen und ökologischen Mindeststandards entlang der gesamten Wertschöpfungskette festgeschrieben.

Integrität wahren, Werte stärken. Die Integrität unseres Unternehmens zu wahren ist ein zentrales Ziel des Code of Conduct. Zum integren Handeln unserer Beschäftigten gehört auch, persönliche Interessenkonflikte zu vermeiden, die sich nachteilig auf den Konzern auswirken können.

Bewusstes Fehlverhalten und Verstöße gegen den Code of Conduct – zum Beispiel durch Vorteilsgewährung, Vorteilsnahme und Korruption – werden nicht hingenommen und konsequent geahndet. Parallel zum Code of Conduct haben wir dazu ein Werte- und Compliance-Programm aufgesetzt. Mit diesem stärken wir die Führungsverantwortung und sichern die Einhaltung gesetzlicher Anforderungen und interner Richtlinien. Hauptziel ist es, Vermögens- und Reputationsschäden auszuschließen. Alle Beschäftigten haben seit Anfang 2006 über eine konzernweite Datenbank direkten Zugriff auf alle Richtlinien, die ihre tägliche Arbeit betreffen.

Als Bestandteil des Code of Conduct wurde zudem ein zentrales Hinweisgeber-Verfahren etabliert. Das konzernweite Eingangstor für Hinweise zu Fehlverhalten – die Ethikline (www.telekom.de/ethikline, www.telekom.de/bkms) - steht allen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie unseren Stakeholdern offen und wahrt die Anonymität des Hinweisgebers. Mit dem neu etablierten Code of Conduct und einem systematischen Werte- und Compliance Management schaffen wir einen Orientierungsrahmen für alle Beschäftigten im Konzern und damit die Grundlage für eine im Arbeitsalltag gelebte, gemeinsame Unternehmenskultur.





Das Management. Nachhaltigkeit konzernweit verankert.

Effiziente Managementsysteme für Nachhaltigkeit sorgen bei der Deutschen Telekom für Risikominimierung und Innovationsförderung. Zu den eingesetzten Maßnahmen zählen zertifizierte Umwelt- und Qualitätsmanagementsysteme.

Zur nachhaltigen Steigerung des Konzernwertes setzt die Deutsche Telekom auf wirksame Managementsysteme. Sie unterstützen den Konzern und die Strategischen Geschäftsfelder bei der Bewertung und Umsetzung aller Maßnahmen zur Qualitätsverbesserung, Kundenbindung, Substanzerhaltung, Innovation und Ressourceneffizienz.

T-Mobile: Vorreiterrolle weiter ausgebaut. Bereits seit 1998 kann T-Mobile Deutschland - als erster europäischer Netzbetreiber - ein Umweltmanagementsystem vorweisen, das die Anforderungen einer international gültigen Norm erfüllt. Die Zertifizierung nach DIN EN ISO 14001 umfasst mittlerweile auch zahlreiche Auslandsbeteiligungen von T-Mobile. Mit Maßnahmen zum Recycling von Althandys hat T-Mobile darüber hinaus schon 2003 begonnen und damit die seit März 2006 geltende WEEE-Richtlinie (Waste of Electric and Electronic Equipment) der Europäischen Union vorweggenommen.

Qualitätsmanagement: Excellence für Mitarbeiter, Kunden und Stakeholder. Die freiwillige Selbstbewertung nach den Kriterien der European Foundation of Quality Management (EFQM) ist in vielen Konzernbereichen fest etabliert, etwa in Form von Managementreviews. Auch im Ausland sind Qualitätsmanagementsysteme nach EFQM bereits seit langem mit Erfolg im Einsatz, etwa bei der ungarischen Beteiligung Magyar Telekom. Darüber hinaus sind zahlreiche inländische Konzernbereiche der Strategischen Geschäftsfelder nach DIN EN ISO 9001:2000 und/oder DIN EN ISO 14001 sowie viele ausländische Beteiligungen nach DIN EN ISO 14001 zertifiziert.

Konzernweites Personalmanagement. Wettbewerbsfähigkeit und profitables Wachstum sichert sich die Deutsche Telekom auch durch effizientes Kapazitätenmanagement und optimalen Personaleinsatz. Das Personalmanagement

des Konzerns fokussiert dabei auf vier Schwerpunktthemen: Bedarfsorientierter Personalumbau, Senkung der Personalaufwandsquote, Führungsqualität und Serviceorientierung. Mehr dazu in den beiden Schwerpunkten „Personalumbau“ ab Seite 14 und „Personalentwicklung“ ab Seite 26 dieses Berichts.

Risikomanagement. Ein effizientes Risikomanagement und eine transparente und zuverlässige Finanzberichterstattung sind eine wesentliche Basis für das in uns gesetzte Vertrauen als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen. (siehe: Geschäftsbericht 2005, Risiko- und Chancenmanagement, Seite 90f).

Internes Kontrollsystem der Finanzberichterstattung. Für das Geschäftsjahr 2006 muss die Deutsche Telekom erstmalig die strengen Anforderungen der Section 404 des Sarbanes-Oxley Acts (S-OX404) erfüllen. Die Deutsche Telekom hat zwischenzeitlich das Interne Kontrollsystem der Finanzberichterstattung weltweit einheitlich ausgerichtet und professionalisiert. Durch die erstmalige Zertifizierung für das Geschäftsjahr 2006 wird die Zuverlässigkeit der Finanzberichterstattung nachgewiesen.

Kundenorientierte Innovationen. Angesichts dramatischer Technologiesprünge ist nachhaltiges Wachstum eng verbunden mit der Innovationsfähigkeit des Konzerns. Der Zentralbereich Innovation verfolgt dabei einen ganzheitlichen Ansatz, der neben technologischen Aspekten vor allem die Kundenbedürfnisse in den Mittelpunkt stellt. Ein Beispiel für marktnahe Forschung und Entwicklung ist das Innovation Development Laboratory, das als Schnittstelle zwischen konzerninternen Entwicklungsabteilungen und Industriepartnern sowie wissenschaftlichen Einrichtungen dient.

Zur nachhaltigen Kundenorientierung der Deutschen Telekom zählen seit langem auch umfangreiche Maßnahmen und Selbstverpflichtungen zum Verbraucher-, Daten- und Jugendschutz.



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Stakeholderdialog. Offen, konstruktiv, partnerschaftlich.

Der strukturierte Dialog des Konzerns mit seinen Interessengruppen sorgt für umfassende Information und konstruktiven Austausch. Im Fokus dieses Stakeholderdialogs stehen Risikominimierung, Wissenstransfer und Kundenzufriedenheit.

Der Dialog mit den Stakeholdern ist wesentlicher Bestandteil unseres Nachhaltigkeitsmanagements. Dabei geht es nicht nur darum, Unternehmensrisiken zu vermeiden, sondern auch darum, die notwendige Akzeptanz für unser wirtschaftliches Handeln zu erhöhen. Stakeholderwissen fließt darum in unsere Konzernstrategie ein und wird gezielt in die Entwicklung neuer Dienste und Produkte integriert.

Den Dialog suchen: Rede und Antwort stehen. Mit dem Managementinstrument Stakeholderdialog organisiert die Deutsche Telekom den Wissensaustausch mit Unternehmen, Institutionen und Organisationen und steigert die Mitarbeiter- und Kundenzufriedenheit. Durch das frühzeitige Erkennen von Trends wollen wir uns im dynamischen Telekommunikationsmarkt einen Wettbewerbsvorsprung sichern. Ebenso wichtig ist es auch, Kritik und Anregungen frühzeitig und möglichst breit gefächert über alle Stakeholdergruppen hinweg abzufragen und aufzugreifen: von Mitarbeitern, Kunden, Geschäftspartnern, Investoren, Lieferanten, öffentlichen Institutionen, Verbraucher- und Umweltorganisationen. Sie helfen uns Risiken und Wünsche so rechtzeitig zu erkennen, dass wir sie in unsere Geschäftsprozesse einbeziehen können. Wesentlich sind für uns in diesem Zusammenhang auch die Schlüsse, die wir aus dem Dialog mit Nachhaltigkeits-Rating-Agenturen und deren Bewertungen ziehen können. Für das Jahr 2006 sind hier insbesondere SAM (Sustainable Asset Management), Zürich, und Scoris/SiRi (Sustainable Investment Research International), Hannover, zu nennen.

Effektive Instrumente für den Wissensaustausch. Um das Vertrauen der Stakeholder zu fördern und den Austausch aktiv zu gestalten, organisieren wir den Dialog auf unterschiedlichen Ebenen. Dazu gehört die jährliche Mitarbeiterbefragung ebenso wie nationale und internationale Dialogveranstaltungen. Mit dem Konzern-Nachhaltigkeitstag hat die Deutsche Telekom ein Forum für ihre Stakeholder etabliert, das ein-

mal im Jahr Fokusthemen offen diskutiert. Den konstruktiven Dialog mit großen Geschäftskunden im Telekomforum nutzen wir, um unser Angebot besser an den Anforderungen aus der Praxis auszurichten. Auch die Geschäftsfelder verfügen über effektive Kundenforen. So bietet die T-Mobile Company Class ein Forum für Topkunden und Partner, das den Austausch über aktuelle Mobilfunkthemen moderiert.

Als international agierendes Unternehmen stehen wir nicht nur in Deutschland gegenüber unseren Stakeholdern in der Pflicht. Unsere gesellschaftliche und umweltpolitische Verantwortung in allen Ländern, in denen wir tätig sind, dokumentieren wir unter anderem mit Mitgliedschaften in internationalen Organisationen wie der GeSI (Global e-Sustainability Initiative) oder auch mit der Anerkennung internationaler Richtlinien wie die des Global Compact der Vereinten Nationen. Am 1. Juli 2006 hat die Deutsche Telekom für zwei Jahre den Vorsitz der GeSI übernommen. Auch mit diesem Engagement festigen wir unseren Nachhaltigkeitskurs und werden den Dialog mit unseren Stakeholdern sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene systematisch weiter vertiefen.



„Der Wiedereinstieg hat mir neue Perspektiven eröffnet.“

Jutta Vaclahovsky, Mitarbeiterin bei Telekom Direkt

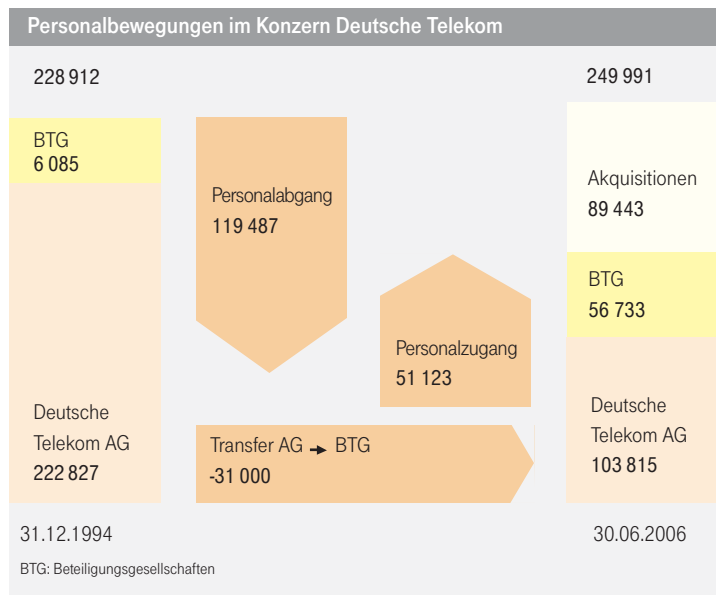
Als Jutta Vaclahovsky vor zwölf Jahren in Erziehungsurlaub ging, war die Deutsche Telekom noch die Deutsche Bundespost. Damals war sie in der Fernleitungsstelle beschäftigt, jetzt – nach Mutterschutz und Erziehungszeit – ist sie Teil der Vertriebsmannschaft von Telekom Direkt. „Ich habe die Entwicklung des Konzerns auch in meiner Erziehungszeit intensiv mitverfolgt“, erklärt die heute 45-Jährige. „Das hat mir geholfen, am Ball zu bleiben und mich schnell in meinem neuen beruflichen Umfeld zu orientieren.“ Dass ihr dies gelungen ist, hat Jutta Vaclahovsky schon bewiesen: Sie besucht beim Direktvertrieb der Region Süd Privat- und kleinere Geschäftskunden zu Hause oder im Büro und ist bereits eine der erfolgreichsten Mitarbeiterinnen.



Personalumbau: konsequente Zukunftssicherung in einer Branche im Umbruch.

Externe Veränderungstreiber führen im Telekommunikationsmarkt zu einem gravierenden Umbruch. Dieser zwingt die Deutsche Telekom zu einem weit reichenden Personalumbau, den der Konzern mit innovativen Instrumenten und vielfältigen Maßnahmen gestaltet.

Die Deutsche Telekom hat sich im zurückliegenden Jahrzehnt durch eine starke Personalreduzierung besonders in Deutschland und die gleichzeitige Akquisition von Unternehmen im In- und Ausland, also einem anorganischen Wachstum, zu einem Unternehmen mit einer sehr differenzierten Struktur von Personal und Beschäftigungskonditionen entwickelt. Nun steht der Telekommunikationsmarkt weltweit erneut vor erheblichen Veränderungen. Einerseits eröffnet die immer leistungsfähigere Breitbandkommunikation neue Märkte für Multimedia-Dienstleistungen, andererseits führen beispielsweise der immer breitere Einsatz der Internettechnologie und die fortschreitende Automatisierung von Prozessabläufen zu einem hohen Rationalisierungsdruck vor allem in den technischen Bereichen. Die anhaltende Regulierungspolitik sorgt



„Die Deutsche Telekom steht vor gewaltigen Herausforderungen zur Sicherung ihrer mittel- und langfristigen Wettbewerbsfähigkeit. Dies macht einen Personalumbau unabdingbar.“

Kai-Uwe Rieke, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG

auf europäischer Ebene zudem für einen überaus harten Wettbewerb im Telekommunikationsmarkt. Die Deutsche Telekom stellt in dieser Situation die Weichen für eine erfolgreiche Zukunft als integrierter Telekommunikationskonzern. Einer der entscheidenden Bausteine des Zukunftsprogramms ist der im November 2005 angekündigte umfangreiche Personalumbau für den Mittelfrist-Zeitraum 2006 bis 2008.

Personalumbau ist unverzichtbar.

Die Deutsche Telekom agiert mit ihren Geschäftseinheiten in allen wichtigen Marktsegmenten. Das Branchenumfeld zwingt den Konzern permanent im Markt noch effektiver zu werden. Dies bedeutet nicht zuletzt, dass die Deutsche Telekom ihre Personalstruktur den Markterfordernissen anpassen

muss. Um dies zu erreichen, realisiert der Konzern einen breit angelegten Personalumbau. Dieser ist gekennzeichnet durch sozialverträgliche Maßnahmen zur Senkung des Mitarbeiterbestandes, bedarfsorientierte Qualifizierung und Weiterentwicklung des Personals sowie durch gezielte Neueinstellungen von Nachwuchskräften mit entsprechendem Know-how. In den bisherigen Kernmärkten, wie der Fest-

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



netzsparte, baut der Telekom Konzern international Stellen ab; im direkten Kundenkontakt, wie beispielsweise bei der T-Punkt Vertriebsgesellschaft und in den starken Wachstumsmärkten wie bei T-Mobile USA entstehen neue Arbeitsplätze.

Bis 2008 sollen den aktuellen Planungen der Deutschen Telekom zufolge insgesamt rund 32 000 Mitarbeiter den inländischen Konzern verlassen. Hierin sind rund 7 000 Mitarbeiter eingeschlossen, deren Beschäftigungsverhältnisse aus der Vivento ausgegliedert werden sollen. Ziel ist es, Teile der Business Lines der Vivento am Markt mit starken Branchenpartnern zusammen zu fassen. Die Mitarbeiter sind dann nicht mehr für die Deutsche Telekom, sondern für andere Unternehmen tätig. Im inländischen Konzern werden somit brutto rund 27 000 Stellen abgebaut: 20 000 bei T-Com, 1 500 in Zentralfunktionen des Konzerns sowie 5 500 bei T-Systems. Dem Personalabbau stehen etwa geplante 6 000 Neueinstellungen gegenüber. Somit reduziert sich die Anzahl der Arbeitsplätze per saldo um 19 000 über den Zeitraum 2006 bis 2008.

Personalbestandsentwicklung Telekom Konzern
(in Full Time Equivalents)

	2005	30. Juni 2006
Mitarbeiter gesamt	243 695	249 991
davon Deutsche Telekom AG	106 604	103 815
Breitband/Festnetz	111 267	109 667
Mobilfunk	51 410	53 488
Geschäftskunden	52 041	57 132
Konzernzentrale & Shared Services	28 977	29 704
Deutschland	167 875	167 642
International	75 820	82 349

Potenziale für neue Arbeitsplätze. Der personelle Umbau der Deutschen Telekom beinhaltet auch einen Aufbau von bis zu 8 000 neuen Stellen in Wachstumfeldern des inländischen Konzerns, die im Wesentlichen für die eigenen Mitarbeiter eine Chance auf einen zukunftsfähigen Arbeitsplatz darstellen. Ein großes Potenzial für die Schaffung neuer Arbeitsplätze bietet das Hochgeschwindigkeits-Glasfasernetz, mit dessen Aufbau T-Com in den ersten Ballungsräumen begonnen hat. Bis zu 5 000 Stellen könnten im Rahmen dieses großen Projektes temporär entstehen. Diese Beschäftigungsmöglichkeiten sind allerdings in starkem Maße von Regulierungsentscheidungen abhängig. Sollte beispielsweise der Aufbau des Netzes aufgrund einer Regulierung des mit der Highspeed-Infrastruktur entstehenden neuen Marktes gefährdet sein, können diese neuen zusätzlichen Stellen nicht aufgebaut werden.

Weiteres Beschäftigungspotenzial erschließt die Deutsche Telekom mit dem Ausbau des Vertriebsverbundes der T-Punkte. Mit der Entwicklung neuer Multimedia-Märkte wächst der Bedarf der Kunden an einer fachlich versierten Beratung zu Produkten und Dienstleistungen. Diesen Bedarf sollen die kompetenten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in den T-Punkten decken. Bis zum Jahresende 2006 soll die Zahl der T-Punkt Filialen von 500 (Stand Juli 2006) auf insgesamt rund 620 steigen. Der Ausbau des T-Punkt Netzwerkes wird auch in den kommenden Jahren fortgesetzt. Bis zum Jahr 2008 könnten auf diese Weise in den T-Punkten bis zu 3 000 zusätzliche qualifizierte Arbeitsplätze entstehen.

PePP – Transparenz im konzerninternen Arbeitsmarkt. Im Rahmen des Personalumbaus setzt die Deutsche Telekom auf innovative Instrumente zur Planung und Steuerung der erforderlichen Maßnahmen. Mit der „Potenzialorientierten effektiven Personal-Planung“ (PePP) wurde umfassende Transparenz in den konzerninternen qualitativen Arbeitsmarkt gebracht. Durch eine detaillierte, standardisierte und über-





greifende Bestandsplanung anhand von Qualifikationsclustern und der Kombination dieser Cluster mit den Planungsszenarien der Geschäftseinheiten sowie den erkennbaren Marktentwicklungen ist eine Optimierung der Personalplanung im inländischen Konzern Deutsche Telekom gelungen.

„Mehr Dienst am Kunden, deutlich weniger Verwaltung und Bürokratie: Dafür braucht T-Com schnelle Entscheidungswege und flache Hierarchien. Die neue Organisationsstruktur der T-Com Zentrale ist ein wichtiger Schritt dorthin.“

Walter Raizner, Vorstand Deutsche Telekom, verantwortlich für das Geschäftsfeld Breitband/Festnetz

Deutlicher Stellenabbau in der Festnetzsparte. Die Anforderung zum Personalabbau betrifft viele Bereiche der Deutschen Telekom. Dementsprechend wird die Reduzierung von Personalüberhängen innerhalb des Konzerns auf breiter Ebene umgesetzt. Die Festnetzsparte ist dabei traditionell sowohl national als auch international am stärksten betroffen, da dort die größten Personalüberhänge bestehen. Bei T-Com Inland beispielsweise wurden bereits zum 1. April 2006 im ersten Schritt 3 680 Stellen als erste Stellenbedarfsreduzierung im Rahmen von Re-Invent zurück gezogen. Mehr als die Hälfte dieses Abbaus betraf den Technischen Kundendienst. Darüber hinaus entfielen Arbeitsplätze in Vertrieb und Marketing sowie im Bereich Technische Infrastruktur. Durch die Neuordnung der T-Com Zentrale und die damit verbundene Konzentration von Aufgaben verkleinerte sich zudem das neue Headquarter der strategischen Geschäftseinheit. Im Zuge dieser Neuordnung wurden rund 1 500 Stellen eingespart. Mit Wirkung zum 1. September 2006 sind in einem zweiten Schritt mehrere tausend Stellen weggefallen.

Einen Schwerpunkt des Personalumbaus bei T-Com bildeten die Call Center. Sie waren in der Vergangenheit auf 96 Standorte in ganz Deutschland verteilt. An einigen dieser Standorte arbeiteten kleine Mitarbeitergruppen von beispielsweise weniger als zehn Beschäftigten. Um die Effizienz der Call Center-Organisation und gleichzeitig die Qualität der telefonischen Kundenbetreuung nachhaltig zu verbessern, fasste T-Com die Telefon-Hotlines an 60 Standorten zusammen. Dabei handelte es sich um eine reine Verlagerung und nicht um eine Reduzierung von Arbeitsplätzen.

T-Systems – Wettbewerbsfähigkeit stärken. Die strategische Geschäfts-

einheit T-Systems agiert in einem hart umkämpften Marktsegment. Der Kostendruck ist gerade im Geschäftskundenmarkt groß. T-Systems muss darauf mit einer verbesserten Effizienz und einer optimierten Kostensituation reagieren. Bis zum Jahr 2008 soll der Personalbestand dieses Strategischen Geschäftsfeldes um rund 5 500 Stellen sinken. Der Personalabbau konzentriert sich dabei im Wesentlichen auf T-Systems Enterprise Services.

T-Mobile – Einsparziele bereits erreicht. Die strategische Geschäftseinheit T-Mobile – sie betreut das gesamte Mobilfunkgeschäft der Deutschen Telekom – ist zwar in den Prozess des Personalumbaus eingebunden, ein Stellenabbau ist jedoch nicht vorgesehen. Im Zusammenhang mit dem Effizienzsteigerungsprogramm „Save for Growth“ hat T-Mobile in Deutschland bereits mehrere hundert Stellen abgebaut und damit die definierten Einsparziele erreicht. Die Situation im Mobilfunkmarkt macht vorerst weitere Personalanpassungen nicht erforderlich.



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Effizienzsteigerung in der Konzernzentrale. Eine entscheidende Aufgabenstellung des Personalumbaus sowie der damit einhergehenden Verbesserungen der betrieblichen Prozesse ist eine gesteigerte Effizienz der Konzerneinheiten. Im Projekt „AURIGA“ strebt die Deutsche Telekom in der Konzernzentrale eine Effizienzsteigerung von mindestens 15 Prozent bis zum Jahr 2008 an. Im Zuge des Projekts soll der Personalbestand in den Zentralfunktionen um rund 900 Stellen sinken. AURIGA erschließt darüber hinaus durch eine Verbesserung der Kernfunktionen des intelligent integrierten Telekom Konzerns weitere Potenziale für den Stellenabbau.

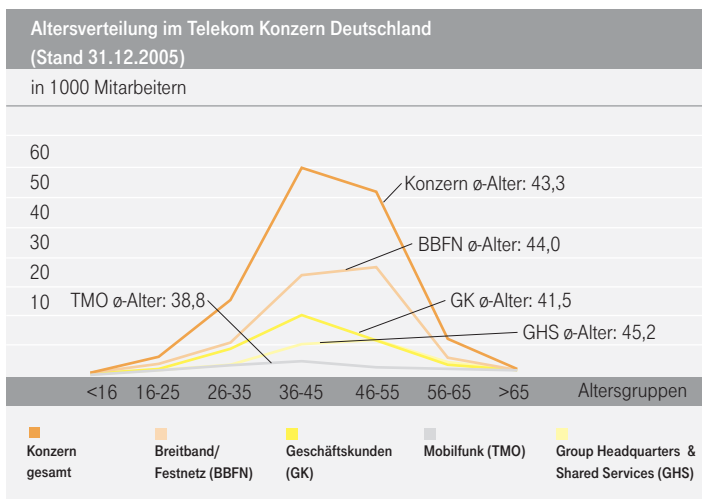
Wesentliche Effizienzsteigerungen erreichte die Deutsche Telekom auch durch die Bündelung der Aufgaben der Personal Services der T-Com und der Group Headquarter & Shared Services (GHS) im neuen Betrieb Personal Service Telekom (PST). Der PST betreut deutschlandweit über 135 000 Beschäftigte des Konzerns in allen Personalfragen.

Vielfältige Instrumente für den Personalabbau. Ein Kernelement des Personalumbaus im Konzern Deutsche Telekom ist die Reduzierung von Personal mit einem Bündel innovativer Abbauminstrumente. Alle Maßnahmenpakete zielen auf eine sozialverträgliche Verringerung der Mitarbeiterzahl.

Insgesamt plant die Deutsche Telekom bis zum Jahr 2008 rund 3,3 Milliarden € für das Gesamtprogramm des Personalumbaus bereit zu stellen.

Einen wesentlichen Bestandteil des Pakets zur Reduzierung der bestehenden Personalüberhänge bildete mit „Abfindung spezial“ ein besonderes Abfindungsprogramm, dessen Laufzeit vom 1. März 2006 bis zum 31. August 2006 befristet war. Es richtete sich an Arbeitnehmer der Deutschen Telekom AG im Alter von 40 bis 55 Jahre. Diesen Arbeitnehmern bot die Deutsche Telekom im Rahmen von „Abfindung spezial“ erhöhte Abfindungssummen an, wenn sie den Konzern verlassen. Die maximal mögliche Abfindungssumme lag bei 225 000 €. Mit dem besonderen Abfindungsprogramm sollte sowohl der Stellenabbau forciert als auch dem hohen Altersdurchschnitt der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter insbesondere bei T-Com entgegen gewirkt werden.

Weitere Personalabbauinstrumente. Für Arbeitnehmer, die aktuell beziehungsweise innerhalb der nächsten zwei Jahre das Renteneintrittsalter erreichen, bietet die Deutsche Telekom das Modell „Rente minus 2“ an. Eventuelle Abschläge in der Rentenversicherung durch die vorzeitige Beendigung der Erwerbstätigkeit gleicht das Unternehmen durch eine Sondergutschrift in der betrieblichen Altersversorgung zur Hälfte aus. Daneben steht den tariflichen Arbeitnehmern und Beamten mit der Alterszeitregelung ein weiteres attraktives Instrument zur Verfügung. Die Maßnahmen des Personalabbaus erstrecken sich nicht nur auf die tariflichen Arbeitnehmer. Auch den Außertariflichen und Leitenden Angestellten bietet die Deutsche Telekom Abfindungen an für den Fall, dass sie freiwillig aus dem Unternehmen ausscheiden.

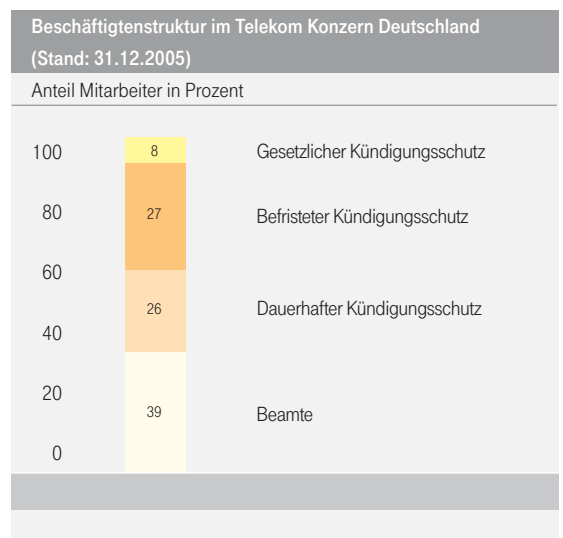




Eigene Regelungen der strategischen Geschäftsfelder. Die Notwendigkeit des Stellenabbaus gilt auch für die strategische Geschäftseinheit T-Systems. Um den Personalabbau insbesondere bei T-Systems Enterprise Services zu fördern, hat das Unternehmen eine Reihe eigener Maßnahmen gestartet. Dazu gehören auf die Anforderungen der Geschäftseinheit zugeschnittene Abfindungsprogramme ebenso wie Regelungen zur Altersteilzeit und zum vorgezogenen Renteneintritt. T-Systems Enterprise Services stellt den Arbeitnehmern bis Ende Juli den dreifachen und bis Ende 2006 den zweifachen Abfindungsregelbetrag zur Verfügung. Bei T-Systems Business Services werden den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern vergleichbare Angebote unterbreitet. Auch die DeTeImmobilien beteiligt sich an dem personellen Umbau und bietet die Abfindungsprogramme der Deutschen Telekom AG in der eigenen Konzerneinheit an.

Die sozialverträglichen Angebote zur Unterstützung des Personalumbaus wurden gut nachgefragt. Bis zum Ende des ersten Halbjahres entschieden sich rund 5 100 Beschäftigte im nationalen Konzern dafür, entweder auf der Basis der Abfindungsprogramme oder durch Altersteilzeit aus dem Unternehmen auszuscheiden bzw. einen Antrag zu stellen.

Personalumbau bezieht die Beamten mit ein. Das Bundeskabinett verabschiedete am 31. Mai 2006 den „Entwurf eines Zweiten Gesetzes zur Änderung des Gesetzes zur Verbesserung der personellen Struktur beim Bundeseisenbahnvermögen und in den Unternehmen der Deutschen Bundespost“ und brachte ihn in das Gesetzgebungsverfahren ein. Damit sollen unter anderem die negativen Folgen einer strukturellen Besonderheit der Postnachfolgeunternehmen korrigiert werden, nämlich dass die betroffenen Unternehmen in Westdeutschland einen hohen Anteil an Beamten und in Ostdeutschland vor allem tarifliche Arbeitnehmer beschäftigen.



Für die Deutsche Telekom bietet das Gesetz nach seinem voraussichtlichen Inkrafttreten im vierten Quartal 2006 die Möglichkeit, die bei den Postnachfolgeunternehmen beschäftigten Beamten in den Personalumbauprozess sozialverträglich einzubeziehen. Auf den Bundeshaushalt hat das Gesetzesvorhaben keine Auswirkung. Der Gesetzesentwurf sieht vor, dass die Beamten aller Laufbahngruppen, die in den Bereichen des Personalüberhangs tätig sind und für die ein Einsatz in einem anderen Bereich nicht möglich oder nach dienstrechtlichen Grundsätzen nicht zumutbar ist, ab dem vollendeten 55. Lebensjahr vorzeitig in den Ruhestand gehen können.

Beurlaubungspraxis ist ausgelaufen. Um den nationalen Konzern mit den jeweiligen Tochtergesellschaften mit unternehmenseigenem Know-how aufzubauen, hat die Deutsche Telekom AG in der Vergangenheit ihre tariflichen Arbeitnehmer zu den Tochtergesellschaften beurlaubt.



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Dabei wurde das Arbeitsverhältnis bei der Deutschen Telekom AG für einen befristeten Zeitraum und für die Tätigkeit bei der Tochtergesellschaft ruhend gestellt. Diese Befristungen von rund 7 000 Beschäftigten sind zum größten Teil zum Jahresende 2005 ausgelaufen und nicht verlängert worden, da sich die Konzern-Beteiligungsgesellschaften mittlerweile seit vielen Jahren erfolgreich am Markt etabliert haben. Für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter änderte sich nichts. Das Arbeitsverhältnis wurde mit unveränderten Bedingungen fortgesetzt. Die Deutsche Telekom hat damit eine verbesserte Transparenz des konzerninternen Arbeitsmarktes geschaffen. Dieses Ziel wurde auch durch die Bündelung aller Facility Management-Leistungen bei der DeTelImmobilien verfolgt. Rund 1 000 Mitarbeiter waren im nationalen Konzern in den entsprechenden Aufgabenbereichen, wie beispielsweise Interner Service, tätig und wechselten mit ihrer Aufgabe zu DeTelImmobilien.

Stellenaufbau – neue Beschäftigungspotenziale in Wachstumsfeldern. Ein wichtiges Element des Personalumbaus bei der Deutschen Telekom ist die Realisierung neuer Beschäftigungsmöglichkeiten in zukunftsträchtigen Marktfeldern. Dazu gehören die Vermarktung von Produkten und Dienstleistungen sowie die intensive Kundenbetreuung in den T-Punkten. Die Steuerung der Handelsfilialen übernimmt die T-Punkt Vertriebsgesellschaft. Sie hat die T-Punkt Organisation neu ausgerichtet und auf einen erfolgreichen Zukunftskurs gebracht. Um die klare Kundenorientierung der Deutschen Telekom zu unterstreichen und die Kundenbindung weiter zu stärken, wird die Zahl der T-Punkte in den kommenden Jahren weiter gesteigert. Bis zum Jahr 2008 ist geplant, den Kunden bundesweit rund 1 000 T-Punkte zur Verfügung zu stellen. Mit dem Ausbau der T-Punkt Organisation

entstehen neue Arbeitsplätze. Im Jahr 2006 werden in den T-Punkten 1 000 zusätzliche Stellen geschaffen, mittelfristig könnten 2 000 weitere hinzukommen.

Vivento – wichtiger Treiber des Personalumbaus. Eine wichtige Rolle spielt bei der aktiven Gestaltung des Personalumbaus und der Unterstützung des konzerninternen Arbeitsmarktes Vivento, der interne Dienstleister für das Personalüberhang- und Vermittlungsmanagement. Vivento setzte ihre erfolgreiche Arbeit weiter fort. Vivento hat aktuell rund 14 800 Mitarbeiter: rund 700 Stammkräfte/ Management, rund 7 600 Beschäftigte der Vivento Business Lines sowie rund 6 500 Transfermitarbeiter, von denen sich zum Stichtag rund 3 900 in Leih- und Zeitarbeitsverhältnissen befanden. Im ersten Halbjahr 2006 verließen rund 1 900 Mitarbeiter Vivento. Seit der Gründung von Vivento im Jahr 2002 orientierten sich rund 20 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter außerhalb von Vivento neu. Die Qualifizierungs- und Beschäftigungsquote lag Ende Juni 2006 bei 83 Prozent.

Für die Versetzung von Beamten zu Vivento hat das Bundesverwaltungsgericht mit Urteil vom 22. Juni 2006 Rechtssicherheit geschaffen. Das Gericht erklärte die Versetzung als rechtlich unzulässig. Die Deutsche Telekom wird die Urteilsbegründung analysieren, sobald diese vorliegt. Auf der Basis der Analyse entscheidet der Konzern über die weiteren Schritte. Bis dahin werden vorläufig keine weiteren Versetzungen von Beamten in Vivento erfolgen. Für die

„Vivento füllt die Rolle als Drehscheibe am Arbeitsmarkt erfolgreich aus: Wir bringen Angebot und Nachfrage, also Arbeitsplätze und Arbeitssuchende, zusammen. Darin liegen zahlreiche Chancen für Vivento – und für jeden einzelnen Mitarbeiter.“ Dietmar Welslau, Geschäftsführer Vivento





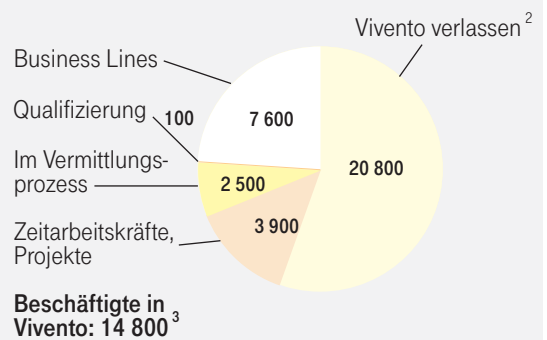
bereits versetzten Beamten ergeben sich keine Veränderungen. Sie verbleiben bei Vivento und werden wie bisher in temporäre Beschäftigungen oder auf einen neuen Dauerarbeitsplatz innerhalb oder außerhalb des Konzerns vermittelt. Die bisherigen Versetzungen zu Vivento sind rechtskräftig, da der Versetzungsprozess abgeschlossen ist. Der notwendige Personalumbau wird unverändert fortgesetzt. Für die Beamten, die im Rahmen der Stellenreduzierung rationalisierungsbedingt betroffen sind und deren Versetzung zu Vivento gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts unzulässig ist, vermeidet die Deutsche Telekom eine Nichtbeschäftigung bis zur Analyse der Urteilsbegründung durch eine Personalbetreuung und -vermittlung der abgebenden Organisationseinheit unter Nutzung des Know-hows von Vivento.

Richtungsweisende Projekte von Vivento. Mit einer Reihe zukunftsorientierter Projekte gestaltet Vivento den Personalumbau im Telekom Konzern maßgeblich mit. Im zweiten Quartal 2006 gründete Vivento die „Vivento Interim Services GmbH“. Die Mitarbeiter der neu gegründeten Gesellschaft sind befristet eingestellte Nachwuchskräfte der Deutschen Telekom, die nach erfolgreicher Abschlussprüfung noch keine Folgeanstellung gefunden haben und durch Vivento Interim Services weitere Berufspraxis erlangen können. Ziel der Vivento Interim Services ist es, temporäre durch den personellen Umbau entstandene Beschäftigungslücken zu schließen, sofern keine geeigneten Transfermitarbeiter zur Verfügung stehen. Mit Telekom Direkt (Deutsche Telekom Direktvertrieb und Beratung) baute Vivento bereits im Jahr



Vivento Stand 30. Juni 2006 ¹

Transferkräfte zu Vivento: 35 600



¹ Zahlen gerundet; inklusive Vivento Management

² Wovon seit 2002 ca. 11 500 Beschäftigte die Deutsche Telekom AG verlassen haben

³ Inklusive ca. 700 Vollzeitbeschäftigte Vivento Management

2005 einen neuen Direktvertriebskanal für die Deutsche Telekom auf. Im Frühjahr 2006 wurde Telekom Direkt in die Geschäftseinheit T-Com integriert, um so eine Bündelung der Vertriebsstrukturen zu erreichen. Zum 30. Juni 2006 hatte Telekom Direkt rund 300 Mitarbeiter.

Runde Tische Konzernarbeitsmarkt – wirksames Instrument zur Personalplanung. Bedeutende Elemente im Personalumbau sind der zentrale Runde Tisch sowie die dezentralen Runden Tische in den Regionen. Um den Personalumbau optimal zu gestalten, ist ein aktives Kapazitätsmanagement unabdingbar. Über dieses Kapazitätsmanagement muss ein laufender Abgleich von Personalüberhängen und vakanten Stellen im Konzern erfolgen. Dies leisten die Runden Tische. In den Gremien sind Personalfachleute der Strategischen Geschäftsfelder ebenso vertreten wie Experten der Konzernzentrale und von Vivento. Durch den organisierten Austausch von Informationen über Personalabbau und



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Beschäftigungspotenzial leisten die Runden Tische einen wesentlichen Beitrag zur effizienten Platzierung von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern im Konzern und zur Realisierung eines individuellen Mitarbeitertransfers innerhalb der Deutschen Telekom. Die Veränderungsbereitschaft der Mitarbeiter und die oftmals damit verbundene Mobilität und Flexibilität wird über die Runden Tische maßgeblich gefördert.

Umfassende Informationen zu freien Arbeitsplätzen.

Um den Personalumbau zu fördern, erhalten die Mitarbeiter auf unterschiedlichen Ebenen regelmäßig Informationen über freie Arbeitsplätze im Konzern. Neben der aktuellen Jobbörse in digitaler Form im konzerninternen Netz werden Beschäftigungsmöglichkeiten auch in Veranstaltungen vorgestellt. Auf so genannten Jobforen in der T-Com Zentrale erhielten die Beschäftigten Informationen über freie Stellen bei T-Com, T-Systems, T-Mobile und der T-Punkt Vertriebsgesellschaft und konnten sich über die Wechselbedingungen beraten lassen. Mit der Aktion „Jobs on Tour“ informierte T-Systems ihre Beschäftigten über Chancen und Möglichkeiten innerhalb und außerhalb des Konzerns. Jobforen und „Jobs on Tour“ stießen auf eine große Resonanz bei den Mitarbeitern. Auch T-Mobile Deutschland bietet ihren Mitarbeitern die Beratung durch ein spezielles Placement-Team an.

Gesteigerte Produktivität. Der Personalumbau zielt auf eine gesteigerte Effizienz und Produktivität der Deutschen Telekom, um so die Stärke des Konzerns im harten Wettbewerb langfristig zu sichern. Zu einer gesteigerten Produktivität führte unter anderem das Tarifergebnis, das die Deutsche Telekom AG in den Verhandlungen mit dem Sozialpartner erzielte. Es sieht für die tariflichen Arbeitnehmer eine Einmalzahlung in Höhe von 350 €, eine Nullrunde bis Oktober 2006 und eine tabellenwirksame Tarifierhöhung um drei Prozent ab November 2006 vor. Der Entgelttarifvertrag hat eine Laufzeit von 16 Monaten bis zum 31. Juli 2007. Für die

Beamten sieht das Ergebnis gesonderte Regelungen mit bis zu 735 € je nach Besoldungsgruppe als einmalige Sonderzahlung vor. Um die Produktivität und damit die Wettbewerbsfähigkeit zu verbessern, wurden die bezahlten Bildschirm-pausen gekürzt und die bezahlten Erholzeiten in einigen Bereichen gestrichen. Das minderte die Belastung durch die Entgelterhöhung. Zudem wird das entstandene Potenzial genutzt, um in Zukunft die Arbeitsvergabe an Dritte in den Bereichen Services und Montage zurückzufahren.

In enger Zusammenarbeit mit dem Sozialpartner realisierte T-Mobile Deutschland im Rahmen von Save for Growth das „Gesamtpaket Qualitätsführerschaft“ mit wichtigen Maßnahmen zur Optimierung des T-Mobile internen Kundenservice. Neben der Einführung des „Business Performance Management“, mit dem zu Coachingzwecken Kundengespräche und Bildschirmaktivitäten der Kundenbetreuer aufgezeichnet und ausgewertet werden können, wurden zur Steigerung der Produktivität die bezahlten Bildschirm-erholzeiten reduziert. T-Mobile Deutschland verpflichtet sich im Rahmen des Gesamtpaketes zum Erhalt aller Kundenservice-Standorte und zum Verzicht auf betriebsbedingte Beendigungskündigungen bis Ende Mai 2009. Gleichzeitig ermöglichen die Vereinbarungen eine wesentliche Flexibilisierung der Arbeit des Kundenservice und damit eine gesteigerte Serviceleistung im Sinne der Kunden.





Sozialpartnerdialog – eine Herausforderung in Zeiten des Personalumbaus. Der Personalumbau soll so sozialverträglich wie möglich gestaltet werden. Um diese Herausforderung gemeinsam mit den Sozialpartnern zu bewältigen, hat die Deutsche Telekom intensive Gespräche mit den Sozialpartnern geführt und ein Maßnahmenpaket aus Regelungen zur Begleitung des personellen Umbaus und Instrumenten zur Unterstützung eines sozialverträglichen Abbaus angeboten. Zwar konnte mit der Dienstleistungsgewerkschaft ver.di letztlich kein Ergebnis zum Personalumbau erreicht werden, mit dem Gesamtbetriebsrat der Deutschen Telekom AG wurde jedoch ein Interessenausgleich und Sozialplan zum Personalumbau im Jahr 2006 bei der Deutschen Telekom AG vereinbart.

Personalumbau und Personalentwicklung. Mit dem Personalumbau richtet die Deutsche Telekom den Konzern konsequent auf die künftigen Marktstrukturen und Kundenanforderungen aus. Parallel zum Personalumbau setzt die Deutsche Telekom auf eine nachhaltige Personalentwicklung und die Ausformung einer auf den Kunden ausgerichteten Dienstleistungskultur. Im Zusammenwirken von Personalumbau und Personalentwicklung geht es darum, die richtigen Mitarbeiter an den richtigen Positionen einzusetzen und diese Mitarbeiter mit den richtigen Qualifikationen auszustatten. Die Entwicklung einer Dienstleistungskultur stellt den Kunden in den Mittelpunkt aller Aktivitäten.

Meinungsbilder der Sozialpartner.

Konzernbetriebsrat und Gesamtbetriebsräte – aktive und sozialverträgliche Mitgestaltung bei der weiteren Konzernentwicklung. Die Betriebsräte beteiligen sich kritisch – aber dennoch aktiv und konstruktiv – an einer zukunftsfähigen Weiterentwicklung des Konzerns. Dies zur Wahrung der Interessen der Beschäftigten im Hinblick auf die Sicherung bestehender und die Schaffung neuer und zukunftsfähiger Arbeitsplätze. Die von der Konzernleitung bereits jetzt für die nächsten Jahre den Aktionären zugesicherte Mindestdividende sowie die angestrebten Kapital- und Renditeziele dürfen nicht einseitig aus einer Kostensicht erreicht werden, sondern müssen sich in der konsequenten Erreichung der Umsatzziele widerspiegeln. Notwendige und unvermeidbare Rationalisierungsmaßnahmen auf Veranlassung des Arbeitgebers werden für die von ihnen betroffenen Beschäftigten durch zentrale Interessenausgleiche sozialverträglich gestaltet.



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Der Europäische Betriebsrat (EBR) festigt die Informations- und Konsultationsprozesse mit dem Unternehmen. Bei der Umsetzung des Excellence Program in der T-Systems wurde der EBR umfassend informiert und konsultiert. Auch über die Neuausrichtung der internationalen Strategie der T-Systems, die in einigen Ländern erhebliche Auswirkungen auf die Beschäftigten hat, wurde der EBR informiert. Ein weiteres Thema war die Integration des IT-Unternehmens gedas in die nationalen Beteiligungsgesellschaften von T-Systems. Der EBR diskutierte darüber hinaus die Nachhaltigkeitsaktivitäten und die Diversity-Politik des Unternehmens.

Ein weiterer Schwerpunkt war die Konsultation zum Code of Conduct. Bereits gut eingespielt ist die Information des Unternehmens über die wirtschaftliche Lage und die personale Entwicklung im In- und Ausland.

Einbeziehung des Konzernsprecherausschusses. Über den Konzernsprecherausschuss und die Unternehmenssprecherausschüsse der Deutschen Telekom AG, von T-Mobile Deutschland, T-Systems, DeTelImmobilien sowie Vivento Technical Services sind die Leitenden Angestellten (Senior Executives) in die strategische und organisatorische Neuausrichtung des Konzerns einbezogen. In ihrer Funktion als Multiplikatoren kommt den Senior Executives bei Veränderungsprozessen eine zentrale Bedeutung bei. Sie tragen Sorge für die Akzeptanz und Umsetzung der notwendigen Umbaumaßnahmen. Zudem gestalten sie maßgeblich den Prozess der Personalanpassung 2006 im Dialog mit ihren Mitarbeitern.

Im Bereich der Senior Executives wurden die erforderlichen Anpassungen auf Seiten des Unternehmenssprecherausschuss der Deutschen Telekom AG im Juni 2006 durch den Abschluss einer neuen Richtlinie nach § 28 des Sprecherausschussgesetzes flankiert. Auf Initiative des Konzernsprecherausschusses fand im Sommer 2006 erstmals eine Versammlung aller Leitenden Angestellten im Konzern mit rund 1 300 Teilnehmern statt. Die Senior Executives wurden als Botschafter der strategischen Neuausrichtung und Katalysatoren für eine wertorientierte Business Exzellenz adressiert. Der Konzernsprecherausschuss leistet damit einen wichtigen Beitrag zu einem konstruktiven Kommunikationsprozess zwischen Konzernvorstand und Führungsmannschaft.

Ein weiterer Schwerpunkt der Arbeit der Sprecherausschüsse war STEP up!. Mit diesem ganzheitlichen Programm zur Führungskräfteentwicklung soll eine konzernweite Leistungskultur fördern. Der Konzernsprecherausschuss begleitet STEP up! durch seine aktive Beteiligung im Umsetzungsgremium.

„Neue Wege zu beschreiten,
lohnt sich – in jeder Hinsicht.“

Hans-Georg Apostel, Lehrer und ehemaliger Projektleiter DeTeImmobilien





Nach 25 Jahren Berufsjahren als Diplom-Ingenieur hat Hans-Georg Apostel sich ein neues Lebensziel gesetzt. Seit Beginn des Schuljahres 2006 ist der 53-Jährige Lehrer an der Hulda-Pankok-Gesamtschule in Düsseldorf. Nach einer sechsmonatigen „Schnupperphase“, in der der ehemalige Projektleiter bei DeTeImmobilien die Herausforderungen des Schulalltags kennen lernte, stand für ihn fest: „Ich will meine Erfahrungen an junge Leute weitergeben“. Begeistert wagte er den Neustart mit dem Projekt „Lehrer“ der Deutschen Telekom – eine Herausforderung mit vielen Perspektiven.



Personalentwicklung: Kompetenz für starke Leistungen im Wettbewerb.

Der gravierende Wandel, den die IT- und Telekommunikationsmärkte derzeit durchlaufen, stellt an die Personalentwicklung der Deutschen Telekom höchste Anforderungen. Die Mitarbeiter müssen im veränderten Marktumfeld immer wieder neue Kompetenzen erwerben und diese in den umgestalteten Konzernstrukturen optimal einsetzen.

Auch wenn die aktuellen Entwicklungen im internationalen Telekommunikationsmarkt zu grundlegend veränderten Marktstrukturen führen – der dynamische Wandel im Telekommunikationsgeschäft gehörte für die Deutsche Telekom auch in den vergangenen Jahren zum unternehmerischen Alltag. Auch in der Personalentwicklung reagierte der Konzern flexibel auf den Wandel. Das macht die Verschiebung der Beschäftigungsschwerpunkte in den letzten zehn Jahren deutlich. Im Jahr 1994 arbeiteten rund 70 Prozent der Beschäftigten in technischen Bereichen, 2005 waren es nur noch 40 Prozent. Und während sich 1994 rund 30 Prozent der Mitarbeiter mit Dienstleistungsaufgaben etwa in Marketing und Vertrieb befassten, waren es 2005 knapp 60 Prozent. Dieser so genannte Skill-Shift, also die Veränderung der von den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern geforderten Kompetenzen, wurde dabei weitestgehend mit dem bestehenden oder durch anorganisches Wachstum, also den Zukauf von Unternehmen im In- und Ausland, neu hinzu gewonnenem Personal realisiert.

Vom technik- zum serviceorientierten Unternehmen.

Diese Zahlen belegen: Der Wandel der Deutschen Telekom vom Technologie- zum Dienstleistungsunternehmen ist weit fortgeschritten – und der Konzern treibt diesen Wandel konsequent voran. Neben dem Personalumbau (siehe Kapitel 2) spielt die strategie- sowie bedarfsorientierte Personalentwicklung eine entscheidende Rolle. Über gezielte Qualifizierungsmaßnahmen und weitere Maßnahmen der Personalentwicklung erwerben die Mitarbeiter die Kompetenzen, die sie für ihre berufliche und persönliche Entwicklung im Telekom Konzern benötigen. Die hohe Qualifikation der Beschäftigten versetzt die Deutsche Telekom in die Lage, die Herausforderungen im wettbewerbsintensiven Telekommunikationsmarkt zu meistern.

Telekom Training – Qualifizierung als Kerngeschäft.

Wesentliche Qualifizierungsaufgaben im Konzern Deutsche Telekom übernimmt Telekom Training. Dieser konzerninterne Anbieter für Weiterbildung sorgt für die Qualifizierung von Fach- und Führungskräften in der Informations- und Telekommunikationstechnologie sowie für die Weiterentwicklung der persönlichen Kompetenzen. Telekom Training bietet sowohl Präsenzseminare als auch ausgefeilte E-Learning-Angebote auf der Basis der Lernplattform Global Teach. Dass die Deutsche Telekom ungeachtet des hohen Wettbewerbsdrucks und der erforderlichen Effizienzsteigerungen in erheblichem Umfang in die Personalentwicklung investiert, belegt die Entwicklung der Teilnehmertage bei den Seminaren von Telekom Training.

Die jeweiligen Fachbereiche des Telekom Konzerns stellen ihre Qualifikationsanforderungen an Telekom Training. Auch Großprojekte – etwa Seminare zum Aufbau des neuen VDSL-Hochgeschwindigkeitsnetzes – setzt der Weiterbildungsanbieter bedarfsorientiert um. Telekom Training unterstützt damit maßgeblich den personellen Umbau.

Weiterbildung durch Telekom Training

	2004	2005	30. Juni 2006
Seminare	13 001	12 826	7 205
Teilnehmer	116 837	122 379	71 892
Teilnehmertage	332 588	403 178	181 919
Zugriff auf Global Teach ¹	744 299	555 696	346 986

¹ Global Teach ist eine interne E-Learning-Plattform, die Zugriffe in 2005 erfolgten von rund 40 870 Arbeitsplatz-PCs.





- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Neben einer bedarfsorientierten Personalentwicklung wird auch eine strategische Qualifikationsplanung festgelegt, bei T-Systems beispielsweise in Qualifikationszirkeln bzw. im so genannten zentralen Forum strategische Qualifizierungsplanung. Dabei beraten Experten aus den Bereichen Human Resources, Konzernstrategie und die Arbeitnehmervertretung über Qualifikationsbedarfe im Rahmen der zukünftigen Geschäftsfeldplanung.

Führungskräfte - Promotoren der Personalentwicklung.

Eine wichtige Zielgruppe der Personalentwicklung sind die Führungskräfte im Telekom Konzern. Sie stehen einerseits vor der Aufgabe, ihren Mitarbeitern den Wandel des Unternehmens und den damit verbundenen Personalumbau zu erläutern. Andererseits müssen sie die eigenen Kompetenzen erweitern, um den Veränderungsprozess der Deutschen Telekom aktiv mit zu gestalten. Dementsprechend fokussiert eine Reihe von Maßnahmen in unterschiedlichen Konzernbereichen auf die Erweiterung der Kompetenzen von Führungskräften.

Klartext bei T-Com. Mit der Offensive „Dialog Klartext“ stärkte T-Com die Veränderungsbereitschaft und Zukunftsorientierung von Führungskräften der strategischen Geschäftseinheit. Insgesamt diskutierten in den 29 Dialogkonferenzen rund 5 400 Führungskräfte mit dem Topmanagement über Zukunftsstrategien und die Aufgabenstellungen angesichts der gravierenden Marktveränderungen. Eine zweite Welle der Dialogkonferenzen wurde bereits initiiert.

Breiter Strategiedialog bei T-Systems. Mit „Leading in Change“-Workshops gibt T-Systems dem Dialog der Führungskräfte über den Wandel und die Neupositionierung der Geschäftskunden-Einheit im Telekom Konzern unter der Mobil-

ize-Initiative 2006 einen organisatorischen Rahmen. Bereits 2005 wurden mehr als 50 nationale Workshops mit rund 5 000 Teilnehmern durchgeführt. 2006 finden erneut rund 50 „Leading in Change“-Veranstaltungen statt. In den diesmal dezentralen Veranstaltungen wird mit allen Führungskräften von T-Systems, national wie international, die Ausrichtung und Umsetzung der Geschäftsfeldstrategie besprochen.

Story-Box bei T-Mobile. Die so genannte T-Mobile Story Box wurde für Führungskräfte entwickelt, damit diese ihren Mitarbeitern Unternehmenskultur wie auch Strategie einfach und interaktiv näher bringen können. Diese relativ abstrakten

„Insbesondere im Rahmen des Personalumbaus müssen wir wissen, welche Kompetenzen es im Konzern gibt. Wir brauchen den richtigen Mitarbeiter am richtigen Platz.“ Dr. Heinz Klinkhammer, Personalvorstand Deutsche Telekom

Themen werden dabei so konkretisiert, dass sie im Alltag gelebt werden können. Die Aufteilung in verschiedene, unabhängige Kapitel und Übungen bietet allen Landesgesellschaften die Flexibilität, dieses Tool für sie passend einzusetzen.

Skill-Datenbanken – schneller Überblick über Kompetenzen. Die Fähigkeiten der Beschäftigten und die Anforderungen an den Arbeitsplatz werden bei der Deutschen Telekom grundsätzlich im Rahmen des Mitarbeiterorientierten Prozesses mindestens einmal jährlich zwischen Führungskraft und Mitarbeiter überprüft. Dennoch ist es für eine Führungskraft wichtig, einen Überblick über die Kompetenzen (Skills) in der Organisationseinheit zu erhalten. Hierzu dienen die so genannten Skill-Datenbanken. Bereits 2003 wurde ein Mindeststandard für solche Systeme festgelegt, in denen Informationen zu den Kompetenzen der Mitarbeiter hinterlegt sind. Erste Erfahrungen mit Skill-Management hat bei-

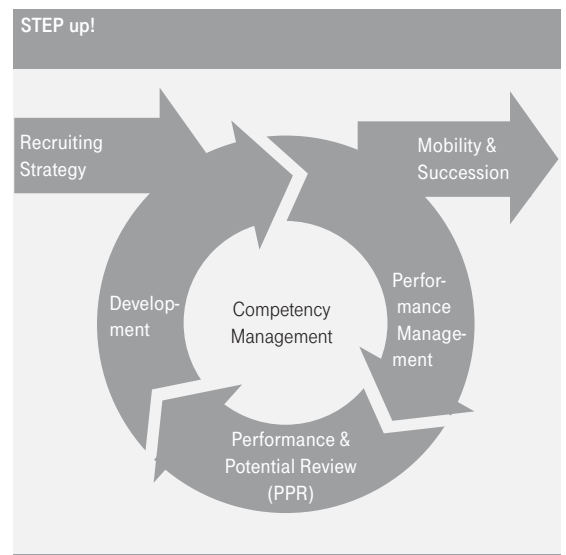




spielsweise der Einkauf der T-Com Zentrale gesammelt. Im „Kompetenznavigator“ sind sowohl die Fähigkeiten der Beschäftigten als auch die Anforderungen an ihre Posten erfasst. Durch den Abgleich der Informationen lässt sich der Fortbildungsbedarf präziser identifizieren. Vergleichbare Informationssysteme sollen künftig die gezielte individuelle Personalentwicklung in immer mehr Organisationseinheiten des Telekom Konzerns unterstützen.

Optimierte Führungskräfte-Entwicklung mit STEP up!

Die Deutsche Telekom realisiert auf allen Mitarbeitererebenen vielfältige Programme der Personalentwicklung. Mit STEP up! (Systematic & Transparent Executive Development Program) wurde ein Programm zur Systematisierung und Vereinheitlichung der Entwicklung von Führungskräften eingeführt. Die Maßnahmen von STEP up! unterstützen die gezielte Förderung von besonders qualifizierten Führungskräften und Potenzialträgern. Das Programm schafft zusätzliche Entwicklungsinstrumente und -möglichkeiten; es legt darüber hinaus konzernweit einheitliche Standards und Prozesse für die Führungskräfte-Entwicklung fest. Bausteine von STEP up! sind unter anderem Modelle für die transparente und vergleichbare Bewertung von Führungskräften sowie eine durchgängige Systematik, die Kompetenzanforderungen und Entwicklungspfade für alle Führungskräfte der Deutschen Telekom definiert. STEP up! wird nicht nur in den deutschen Konzerneinheiten, sondern auch in den internationalen Beteiligungsgesellschaften etabliert.



Mit den zusätzlichen im Rahmen von STEP up! international ausgerichteten Managementprogrammen Senior Executive Program (SEP) und Executive Program (EP) werden Potenzialträger gefördert. Im Mittelpunkt von SEP und EP stehen Theorievermittlung, etwa die Erläuterung des International Financial Reporting Standard und Praxis durch Veranschaulichung der jeweiligen Themen vor Ort.

Bestandteil von STEP up! ist auch eine neue Recruiting-Strategie, die die Attraktivität der Deutschen Telekom als Arbeitgeber für künftige Mitarbeiter, Praktikanten und Trainees erhöhen soll. Dieses Ziel verfolgte auch der national ausgeschriebene „Best Brains Award“. Unter dem Motto: „Alles was uns verbindet – Deutsche Telekom und Fußball“ hatten die Bewerberteams - die im Wesentlichen aus Studentengruppen bestanden - die Möglichkeit eine attraktive Veranstaltung auszurichten.

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung**
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Förderung von Fachkräften mit GO AHEAD! Um den veränderten Marktanforderungen gerecht zu werden und gleichzeitig kompetenten Mitarbeitern interessante berufliche Perspektiven zu bieten, fördert die Deutsche Telekom die Entwicklung von Fachkräften. Mit GO AHEAD! hat der Konzern gemeinsam mit dem Sozialpartner ein eigenes Rahmenmodell aufgesetzt. In dieses Modell flossen Erfahrungen ein, die zuvor T-Systems mit dem Modell „CAREER@T-Systems“ im Projektmanagement und im Servicemanagement sammelte. Ziel ist es, die Wirkung der bewährten Instrumente der Personalentwicklung im Hinblick auf die Fachkräfte noch weiter zu verbessern. GO AHEAD! bietet mit seiner systematischen und konzernweiten Karriere-Architektur eine Art Leitplan für Fachkarrieren im Telekom Konzern. Die Deutsche Telekom macht damit deutlich, dass sie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aufgrund ihrer fachlichen Leistungen und Kompetenz wertschätzt und diesen Entwicklungschancen in gleichem Maße eröffnet wie den Führungskräften.

Entwicklungsprogramme bei T-Systems. Die gezielte Kompetenzentwicklung von Mitarbeitern steuert T-Systems zusätzlich mit einem eigenen Programm. CAMPUS bietet allen Beschäftigten die Möglichkeit, sich konsequent weiterzubilden und so über verbesserte Leistungen die Kundenzufriedenheit zu steigern. Die Weiterbildungsangebote qualifizieren die Mitarbeiter in Schlüsselfunktionsfeldern des Unternehmens: im Vertrieb, im Projekt- und Servicemanagement sowie in den IT- und Consultingbereichen. Zur gezielten Mitarbeiterentwicklung in ausgewählten Bereichen wurde bereits in 2005 die IT-University ins Leben gerufen. Sie unterstützt den Ausbau von Skills in allen Kundensegmenten. 2006 nahmen allein an diesem Programm rund 3 100 Beschäftigte teil.

Kultur-Entwicklung – das Klima für den Erfolg schaffen. Neben der Förderung jedes Mitarbeiters durch unterschiedliche Maßnahmen der Personalentwicklung setzt die Deutsche Telekom einen weiteren Schwerpunkt bei der kontinuierlichen Ausformung einer zukunftsorientierten Unternehmenskultur. Eine solche Kultur bildet im Verständnis des Konzerns die unverzichtbare Basis für den unternehmerischen Erfolg und die persönliche Entwicklung der Beschäftigten. Neben der Implementierung des Konzernleitbildes T-SPIRIT und der Einführung des Verhaltenskodex Code of Conduct (siehe Kapitel 1) werden den Beschäftigten weitere Instrumente zur Verfügung gestellt. Ein Instrument zur Kulturentwicklung ist das 360°-Feedback für die Führungskräfte der Deutschen Telekom AG. Diese erhalten online – unterstützt von Mitarbeitern, Vorgesetzten, Kollegen und Kunden Lob und Kritik zu ihrem Führungs- und Managementverhalten. Die Rückmeldungen lassen sich mit der Selbsteinschätzung der Führungskräfte vergleichen. Auf diese Weise entsteht ein „Rundumblick“ auf das eigene Arbeits- und Führungsverhalten und damit die Möglichkeit, dieses Verhalten im Sinne der Führungskultur zu verändern oder weiter zu entwickeln.

Diversity@Deutsche Telekom – Vielfalt nutzen. Um die Vielfalt innerhalb und außerhalb des Konzerns zum Wohle der Deutschen Telekom zu nutzen, verabschiedete der Konzern bereits im Jahr 2004 eine Diversity Policy. Auf

"Chancengleichheit von Frauen und Männern als Bestandteil der Unternehmensführung bedeutet auch davon abzukommen, Frauenförderung als separate Aufgabe anzusehen und als solche einzugrenzen. Frauen sind eine große Chance, nutzen wir diese zum Erfolg der Deutschen Telekom." Maud Pagel, Leiterin des Bereichs Diversity Deutsche Telekom





Frauen bei der Deutschen Telekom AG national			
in Prozent			
	2004	2005	30. Juni 2006
Anteil an der Gesamtbelegschaft	33,8	32,4	31,6
Anteil oberes Management	10,2*	11,3*	11,4
Anteil oberes und mittleres Management	17,3*	19,2*	15,2
*Stichtag 30.06.			

Telearbeitsplätze im Konzern Deutsche Telekom national		
	2005*	30. Juni 2006
Anzahl	3 554	3 269
*Stichtag 30.06.		

ihrer Basis verfolgt die Deutsche Telekom eine klare Diversity-Strategie. Im November 2005 diskutierte die Deutsche Telekom im Rahmen eines Diversity-Kongresses mit rund 150 Telekom Managern den Diversity-Aspekt bei Themen wie Kundenstrategie, Beschäftigungsstruktur und Personalumbau. Auch im Bereich der Personalentwicklung wird der Konzern der Vielfältigkeit seiner Mitarbeiter mit einer breiten Palette an Entwicklungsinstrumenten und Maßnahmen gerecht.

Familienfonds und Kitas – gesellschaftliche Verantwortung wahrnehmen. Als einer der größten Arbeitgeber Deutschlands übernimmt die Deutsche Telekom in einer

großen Zahl von Projekten aktiv ihre gesellschaftliche Verantwortung. Anfang 2006 schuf der Konzern einen speziellen Familienfonds, in den alle Konzerneinheiten jährlich im Verhältnis zur Zahl ihrer Beschäftigten einzahlen. Mit den Geldern des Fonds sollen in erster Linie Maßnahmen in Zusammenarbeit mit den „Lokalen Bündnissen für Familie“ unterstützt werden. Zudem eröffnete die Deutsche Telekom mit an den beiden beschäftigungsstärksten deutschen Standorten Bonn und Darmstadt zwei neue Kindertagesstätten. Für ihre familienfreundliche Personalpolitik erhielten zudem mit der Berufsbildung Essen und der Privatkunden Niederlassung Nord zwei Telekom Einheiten das Grundzertifikat „audit beruf und familie“ der berufundfamilie GmbH, einer Gesellschaft der gemeinnützigen Hertie-Stiftung.

Ausbildung – Vorsorge für die Zukunft. Die Verantwortung gegenüber jungen Menschen dokumentiert die Deutsche Telekom durch eine nach wie vor große Zahl von Ausbildungsplätzen. Trotz der schwierigen Beschäftigungslage und der angespannten Kostensituation beginnen im Herbst 2006 4 300 Nachwuchskräfte in zwölf Berufsfeldern sowie unterschiedlichen dualen Studiengängen ihre Ausbildung. Für ihr Ausbildungsengagement und die Qualität der Ausbildung erhielt die Deutsche Telekom im November 2005 den Deutschen Arbeitgeberpreis für Bildung.

Die Gesamtzahl der Auszubildenden liegt pro Jahr bei mehr als 12 000. Damit ist die Deutsche Telekom nach wie vor einer der größten Ausbildungsbetriebe in Deutschland. Vor dem Hintergrund des Personalumbaus ist die Deutsche Telekom nicht mehr in der Lage alle Auszubildenden nach Abschluss ihrer Ausbildung zu übernehmen. Im Rahmen des Beschäftigungsbündnisses wurde mit dem Sozialpartner die Übernahme der besten zehn Prozent der Absolventen eines Prüfungsjahrgangs vereinbart. Darüber hinaus hat die Deutsche Telekom 2006 weitere rund 600 Nach-

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung**
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



wuchskräfte zum Teil befristet im Konzern übernommen. Den übrigen Absolventen bietet der Konzern mit der Vivoto Interim Services die Möglichkeit, weitere berufliche Praxis innerhalb eines befristeten Arbeitsverhältnisses bei der Deutschen Telekom zu erlangen.

Age Management – ältere Mitarbeiter fit für die Zukunft. Das bereits im Jahr 2005 gestartete Age Management geht Ende 2006 mit einer Pilotierung in zwei Organisationseinheiten von T-Com einen weiteren Schritt. Neben Maßnahmen zur gesundheitlichen Prävention und Überprüfung, wie sich die Arbeitswelten für ältere Mitarbeiter eignen, wird mit Hilfe eines Midlife Assessment eine auf Freiwilligkeit und Anonymität basierende Standortbestimmung auf elektronischer Basis für diese Mitarbeiter angeboten. Ein persönliches Beratungsangebot für den Mitarbeiter wird daran angeschlossen. Aus den aggregierten Ergebnissen kann die Einheit beispielsweise Qualifizierungen ableiten.

Auszubildende und Ausbildungsberufe				
(Summe aus allen drei Ausbildungsjahren)				
Berufe	2005	davon w	30. Juni 2006	davon w
IT-Berufe				
Systemelektroniker/-in	2 990	149	2439	127
Fachinformatiker/-in Anwendungsentwicklung	271	32	194	20
Fachinformatiker/-in Systemintegration	1 539	103	1 137	66
Systemkaufmann/-frau	2 029	604	1 538	455
Mathematisch-technische Assistenten	-	-	5	-
Gewerblich-technische Berufe				
Energieelektroniker/-in Fachrichtung Betriebstechnik	-	-	1	-
Elektroniker für Gebäude- und Infrastruktursysteme	114	7	77	4
Kaufmännische Berufe				
Kaufmann/-frau für Bürokommunikation mit Zusatzqual. Fremdsprachenkorrespondent/-in (Engl.)	3 360	2 634	2 410	1 895
Kaufmann/-frau im Einzelhandel	489	248	476	275
Industriekaufmann/-frau	260	159	214	127
Kaufmann/-frau in der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft	73	48	49	35
Werbekaufmann/-frau	-	-	2	2
Duale Studenten				
u.a. FH Paderborn, FH Leipzig, FH Bergisch Gladbach, FH Darmstadt	300	88	293	88
Summe Auszubildende	11 425	4 108	8 875	3 126



„Gemeinsam Verantwortung übernehmen und Werte schaffen.“

Luis Neves, Corporate Sustainability & Citizenship, Deutsche Telekom AG





„Für den nachhaltigen Erfolg ist die Kooperation mit dem Einkauf entscheidend.“ Für Luis Neves, Senior Manager in der Telekom Zentrale, sind die Sozialcharta und das Lieferanten-Auditing des Konzerns zwei wesentliche Meilensteine, um gemeinsam mit dem Einkauf zu Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu kommen. Der 53-Jährige ist überzeugt: „Indem wir mit klaren Anforderungen an Lieferanten und auch Produktionsländer herantreten, schaffen wir weltweit Werte - sowohl in wirtschaftlicher Hinsicht als auch im Hinblick auf Menschenrechte sowie Arbeits- und Umweltstandards.“

Supply Chain Management. Weltweite Verantwortung entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Ein Instrument, die gesellschaftlichen, ökologischen und wirtschaftlichen Konsequenzen unseres unternehmerischen Handelns zu steuern, ist das Supply Chain Management des Konzerns.

Als international tätiges Unternehmen übernimmt die Deutsche Telekom weltweit Verantwortung. Klares Ziel des Supply Chain Managements des Konzerns ist es, soziale, ethische und ökologische Standards in weltweit gültigen Wertschöpfungsketten einzuführen, um dadurch die Einhaltung von Menschenrechten und Umweltstandards zu fördern. Ein wichtiger Schlüssel zum Erfolg sind dabei Lieferanten, die innovative, wettbewerbsfähige Lösungen und Produkte auf Basis einer gemeinsamen Verantwortung für Mensch und Umwelt anbieten. Die Deutsche Telekom strebt partnerschaftliche Geschäftsbeziehungen zu allen Lieferanten an – basierend auf Ehrlichkeit, Vertrauen und Verbindlichkeit. Ein konstruktiver Dialog, eine enge Kooperation mit den Lieferanten und NGOs sowie Partnerschaften und Teilnahmen an zusätzlichen Projekten bilden ein solides Gerüst für die Aktivitäten des Unternehmens.

auch, den Wandel in Schwellenländern verantwortungsbewusst mitzugestalten. Bessere Arbeitsbedingungen und eine Entschärfung der Umweltbelastungen in diesen Ländern sind Ziele des Unternehmens. Zur Zielerreichung ergreift der Konzern interne Maßnahmen und geht parallel extern internationale Kooperationen und Selbstverpflichtungen ein.

Interne Unternehmenswerte als solide Basis. Die Grundlagen für ein weltweit verantwortliches Handeln hat die Deutsche Telekom mit dem Konzernleitbild T-Spirit und der Einführung des Verhaltenskodex Code of Conduct gelegt. Für das Supply Chain Management sind die Bedingungen, unter denen Produkte und Dienstleistungen hergestellt und angeboten werden, besonders wichtig. Die Einhaltung ökologischer und sozialer Mindeststandards bei Beschäftigten und Lieferanten der Deutschen Telekom haben wir

daher bereits 2003 in der Sozialcharta definiert.

Diese sind für den gesamten Konzern ebenso transparent wie verbindlich. Zu Grunde liegen dieser freiwilligen Selbstverpflichtung die Werte des Global Compact sowie international anerkannte Normen, Richtlinien und Standards der

Internationalen Arbeitsorganisation (ILO) und der Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). Alle konzernweiten Richtlinien fordern verantwortungsbewusstes und ethisch korrektes Handeln – innerhalb und außerhalb des Konzerns.

„Als Telekommunikationskonzern stellen wir die Technologie zur Verfügung, die das Nervensystem der weltweiten Wirtschaft bildet. Unserer besonderen Verantwortung werden wir nur gerecht, wenn wir diese Rolle auch engagiert nutzen, um unsere Nachhaltigkeitswerte einzubringen und durchzusetzen.“

Dr. Ignacio Campino, Leiter Corporate Sustainability & Citizenship Deutsche Telekom

Unternehmerische Verantwortung. Die Deutsche Telekom setzt sich als sozial verantwortlich agierender Konzern für eine nachhaltige Orientierung der ICT-Branche und eine nachhaltige Ausrichtung der gesamten, weltweiten Wertschöpfungskette ein. Im Sinne einer unternehmensweiten gesellschaftlichen Verantwortung (Corporate Social Responsibility) sieht sich die Deutsche Telekom in der Pflicht, soziale Standards und vor allem die Einhaltung von Menschenrechten und anspruchsvollen Umweltstandards zu stärken. Dazu gehört



<input type="checkbox"/>	Vorwort
<input type="checkbox"/>	Deutsche Telekom
<input type="checkbox"/>	Vision, Strategien
<input type="checkbox"/>	Personalumbau
<input type="checkbox"/>	Personalentwicklung
<input checked="" type="checkbox"/>	Supply Chain Management
<input type="checkbox"/>	Klimaschutz
<input type="checkbox"/>	Daten und Ziele

Internationale Kooperationen und Selbstverpflichtungen für die Rechte der Menschen. Die Deutsche Telekom setzt auf Kooperationen und internationale Selbstverpflichtungen, um die Einhaltung von Sozialstandards und Menschenrechten weltweit zu fördern. Das Engagement des Konzerns schließt unter anderem ein:

- **GeSI (Global e-Sustainability Initiative)**

Spezifisch ausgerichtet auf die ICT-Branche verankern wir in der Global e-Sustainability Initiative weltweite Nachhaltigkeitsrichtlinien bis in die Zulieferkette hinein. Die 2001 gegründete und unter UNEP-Schirmherrschaft stehende Initiative hat sich zum Ziel gesetzt, die Entwicklung nachhaltiger Technologien in der Kommunikationsbranche zu fördern. Als Mitbegründer agiert die Deutsche Telekom innerhalb der GeSI in der Supply Chain Working Group. Die im Rahmen dieser Zusammenarbeit entwickelten Konzepte fließen in das Lieferantenmanagement des Konzerns ein (siehe Seite 39).

- **Global Compact der Vereinten Nationen**

Die Vereinten Nationen formulierten im September 2000 eine Erklärung zur globalen Zukunftssicherung – die „Millennium-Entwicklungsziele“ sollen bis zum Jahr 2015 umgesetzt werden. Wir bekennen uns zu diesen zehn Prinzipien der UN-Initiative „Global Compact“ als allgemeingültige Basis weltweiten Wirtschaftens. Mit der Unterzeichnung des Global Compact hat sich die Deutsche Telekom verpflichtet, bestimmte soziale und ökologische Mindeststandards einzuhalten.

- **ETNO (European Telecommunications Network Operators' Association)**

Auf europäischer Ebene ist die Deutsche Telekom Mitglied des ETNO Executive Board und u.a. in der Working Group „Sustainability“. 2004 unterschrieb der Konzern als erstes von 25 weiteren Unternehmen die ETNO Nachhaltigkeits-

Richtlinien. Die ETNO Working Group „Sustainability“ ist ein wichtiger Dialogpartner der EU-Kommission und anderer Entscheidungsgremien der Europäischen Union zur Nachhaltigkeit in unserer Branche.

- **OECD (Organisation for Economic Cooperation and Development)**

Eines der Ziele der OECD ist es, zu einer optimalen Wirtschaftsentwicklung und einem steigenden Lebensstandard in ihren Mitgliedstaaten beizutragen. Die Deutsche Telekom orientiert sich freiwillig an den Grundsätzen der Organisation, denn die Richtlinien sind nicht bindend.

- **UNEP (United Nations Environment Programme)**

Die Deutsche Telekom unterstützt das Umweltprogramm der Vereinten Nationen als Partner. Entsprechende Projekte werden von uns gefördert. Zu diesen zählen beispielsweise der „Coltan-Report“ der GeSI (zu Coltan: siehe auch Abschnitt „Problematische Rohstoffe“) und die „Sustainability Sector Reporting Guidelines for Telecommunications“ der Global Reporting Initiative (GRI).

- **GRI (Global Reporting Initiative)**

Die Deutsche Telekom unterstützt die GRI aktiv gemeinsam mit anderen internationalen Stakeholdern. Ziel ist es ein System zur einheitlichen, freiwilligen Berichterstattung von ökonomischen, sozialen und Umwelteinflüssen auf betrieblicher und organisatorischer Ebene zu bilden.

- **BLIHR (Business Leaders Initiative on Human Rights)**

Die Deutsche Telekom besucht regelmäßig Veranstaltungen der BLIHR. Den beteiligten Unternehmen geht es darum, Wege zu finden, das Thema Menschenrechte besser in unternehmerische Entscheidungsprozesse einzubinden und bestehende Initiativen zu stärken.



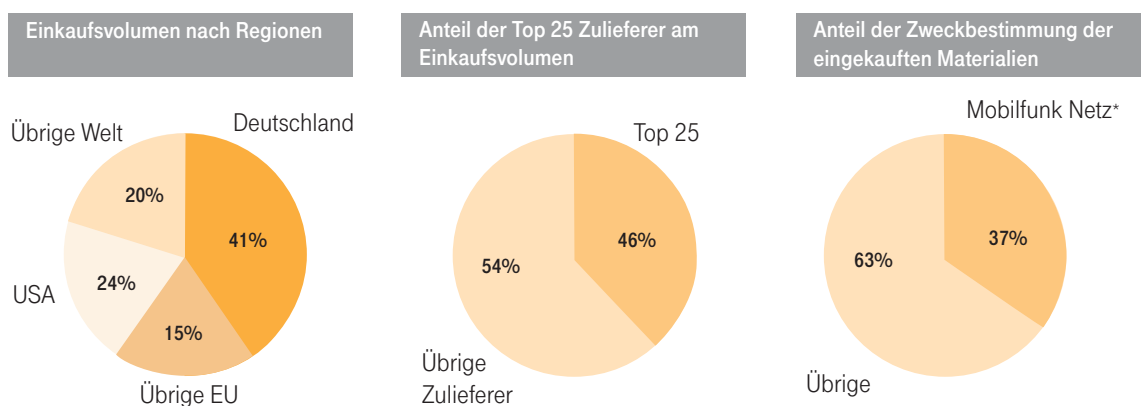


Gemeinsame Verantwortung. Innerhalb des Konzerns ist die Zusammenarbeit zwischen dem Zentralbereich Einkauf und dem Fachbereich Corporate Sustainability & Citizenship (CSC) sehr ausgeprägt und konstruktiv. Die Erfüllung der unternehmensweiten Verantwortung, ökologische und soziale Mindeststandards entlang der gesamten Lieferkette einzuhalten, wird durch eine enge Kooperation der beiden Unternehmensbereiche unterstützt. Der Einkauf der Deutschen Telekom arbeitet verantwortlich auf Basis der Global Procurement Policies. Diese definieren die Rolle, die Werte, die Verantwortlichkeiten und die Verhaltensgrundsätze des Einkaufs sowie die Grundsätze der Beschaffung, des Lieferantenmanagements und des Vertragsmanagements.

Problematische Rohstoffe. Ein Beispiel für gelebte Verantwortung ist der Umgang mit dem Rohstoff Coltan. Coltan enthält Tantal, ein Metall, das für die Herstellung von elektronischen Bauteilen genutzt wird. Rebellen Gruppen sollen sich in der von einem Bürgerkrieg betroffenen Demokratischen Republik Kongo unter anderem durch den illegal betriebenen Abbau des Erzes Coltan finanzieren. Dabei verursachen sie unwiderrufliche und nicht akzeptable Schäden an Mensch und Natur in dieser Region. Die

Deutsche Telekom setzt sich dafür ein, die Schäden an Mensch und Umwelt, die mit der Gewinnung des Rohstoffs verbunden sind, zu minimieren und nach Möglichkeit langfristig gänzlich zu vermeiden. Bindend für die gesamten Einkaufsaktivitäten der Deutschen Telekom ist in diesem Zusammenhang das unternehmensweit gültige Coltan-Statement. Alle Top 25-Zulieferer werden außerdem zu ihren Coltan-Bestimmungen befragt.

Global Sourcing. International ist der Konzern Deutsche Telekom in mehr als 50 Ländern vertreten. Für den gesamten Konzern beschafft der Einkauf weltweit Qualitätsprodukte und realisiert Beschaffungsvorteile zusammen mit innovativen Lieferanten in den relevanten Märkten. Durch gezielte Maßnahmen zur Effizienzsteigerung erreichen wir hierbei zusammen mit den Lieferanten signifikante Kostenreduzierungen. Wir unterstützen unsere Lieferanten bei der Verbesserung ihrer Wettbewerbsfähigkeit durch Analyse von Kostenstrukturen und kontinuierlichen Optimierungsmaßnahmen. Den Chancen des weltweiten Einkaufs stehen auch einige Risiken gegenüber, wie zum Beispiel Qualitätsverluste, Liefer- und Reputationsrisiken. Um solchen Risiken entgegenzuwirken hat der Konzern ein nachhaltiges Lieferantenmanagement etabliert,



* Handys und Zubehör, Mob. Netzwerkinfrastruktur, Netzwerkkapazitäten und Übertragung

<input type="checkbox"/>	Vorwort
<input type="checkbox"/>	Deutsche Telekom
<input type="checkbox"/>	Vision, Strategien
<input type="checkbox"/>	Personalumbau
<input type="checkbox"/>	Personalentwicklung
<input checked="" type="checkbox"/>	Supply Chain Management
<input type="checkbox"/>	Klimaschutz
<input type="checkbox"/>	Daten und Ziele



das die Logistikprozesse vereinfacht und mit anspruchsvollen Prüfverfahren die Qualität der eingekauften Produkte und Materialien ebenso sichert wie die Einhaltung von Umwelt-, Sicherheits-, Ethik- und Sozialstandards.

Beschaffungspolitik. Die Deutsche Telekom beschaffte 2005 Waren und Dienstleistungen im Wert von ca. 20 Milliarden €. Der Bedarf unterteilt sich in 30 Warengruppen. Dabei sind 15 Warengruppen dem direkten und die anderen 15 Warengruppen dem indirekten Bedarf zugeordnet. Die Deutsche Telekom nutzt dabei das weltweite Warengruppencodierungssystem UNSPSC (United Nations Standard Products and Service Code) zur Transparenz von Daten.

Lieferantenmanagement und wertoptimierter Einkauf. Wir sehen unsere Lieferanten als strategischen Erfolgsfaktor. Sie tragen durch ihre innovativen und wettbewerbsfähigen Produkte und Lösungen zur Zufriedenheit unserer Kunden sowie zum Unternehmenserfolg bei. Die Form der Zusammenarbeit umfasst verschiedene Stufen bis hin zur strategischen Partnerschaft oder gemeinsamen Entwicklung und Vermarktung innovativer Produkte und Lösungen. Dabei sind die Bewertung der Leistung des Lieferanten, die strategische Potenzialabschätzung sowie die Warengruppen- und Lieferantenstrategie Kriterien der Lieferantenentwicklung. Entwicklungsziele und konkrete Maßnahmen werden mit den Lieferanten gemeinsam definiert und verbindlich vereinbart. Der Einkauf der Deutschen Telekom favorisiert Lieferanten, die mit uns Mittel und Wege anstreben, Wertschöpfungsketten unternehmensübergreifend unter Berücksichtigung gemeinsamer Werte zu optimieren. Wir brauchen Partner für Effizienz, Qualität und Innovation in jeder Beziehung. Aktives Handeln auf freiwilliger Basis statt Reaktion auf Normierung und Regulierung - diesem Leitbild folgt die Deutsche Telekom auch im Umgang mit den Lieferanten des Konzerns. Das Lieferantenmanagement der Deutschen

Telekom ist ein bedeutender Beitrag zum nachhaltigen Handeln des Konzerns. Ein wichtiges Werkzeug ist die Methode des Lieferanten-Auditing („Sustainability audits“), das konzernweit etabliert ist.

Die Abläufe innerhalb des Lieferantenmanagements am Beispiel der „Sustainability audits“ im Überblick:

- Risikobewertung
- Lieferanten-Fragebögen (Selbstbewertung durch die Lieferanten)
- Bewertung durch die Deutsche Telekom (intern)
- Persönlicher Kontakt zu Lieferanten/Partnern, um den konstruktiven Dialog zu fördern
- Audits inklusive Auditbewertung: Um mögliche Probleme oder Unstimmigkeiten zu klären, werden intensive Audits durchgeführt. Eine abschließende Auditbewertung mit konkreten und verbindlichen Lösungsvereinbarungen für die Zulieferer ist fester Bestandteil des Lieferantenmanagements.

Im vergangenen Jahr hat die Deutsche Telekom mehrere Lieferanten-Audits durchgeführt. Während der jeweils einwöchigen Auditierungen führten die Verantwortlichen Interviews mit Beteiligten und untersuchten die Arbeitsbedingungen. Die Deutsche Telekom wird diese Audits fortführen – und die Anzahl sukzessive erhöhen: In den nächsten Jahren sollen die Lieferanten des Konzerns auditiert sein, die zusammen rund 60 Prozent des Einkaufsvolumens der Deutschen Telekom abdecken. Das übergeordnete Ziel: Die Standards der Deutschen Telekom sollen auch bei den Lieferanten etabliert, von diesen mitgetragen und ihre Einhaltung sichergestellt werden.



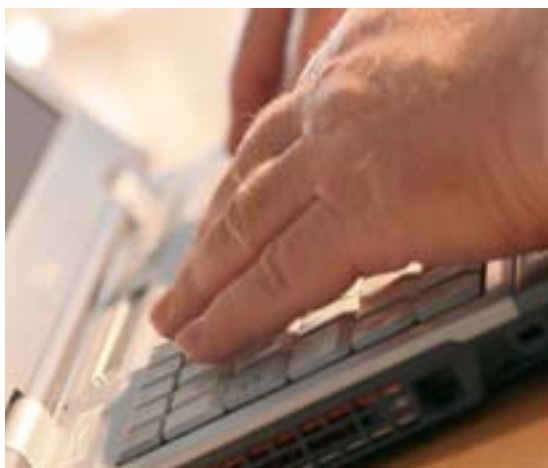
Jeder erstellte Audit-Bericht wird von Corporate Sustainability & Citizenship an den Einkauf weitergeleitet – eine Grundlage für effiziente und effektive Prozesse. So werden Qualitätssicherung, die Reduzierung von Anlieferverkehr sowie faire und termingerechte Bezahlung sichergestellt. Dennoch bleiben Restrisiken, denen der Konzern entgegenwirkt (ausführliche Informationen zum Risikomanagement: Geschäftsbericht 2005, Seite 90). Eine wichtige Maßnahme innerhalb des umfassenden Lieferantenmanagements zur Reduzierung des sozialen Risikos sind die Lieferanten-Workshops sowie der kontinuierliche konstruktive und offene Dialog.

Eine interne strategische Regelung, um Schwachstellen entlang des Einkaufsprozesses zu beseitigen, ist die konzernweite Richtlinienbank. Wichtiges Ziel ist es, Transparenz zu schaffen und damit Vermögens- und Reputationsschäden auszuschließen. Seit Januar 2006 haben alle Mitarbeiter über dieses interne Regelwerk einen einfachen, konzernweit einheitlichen Zugang zu allen Regeln und Bestimmungen des Konzerns. Auch auf diese Weise – durch korrektes, verbindliches und konsistentes Auftreten unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gegenüber Kunden und Partnern – stärkt die Deutsche Telekom ihr Streben nach nachhaltiger Exzellenz.

Miteinander arbeiten - konstruktives Teamwork. Um „Best Practice“ entlang der Wertschöpfungskette zu fördern, hat die Deutsche Telekom einen Dialogprozess etabliert. In offenen Dialogrunden mit den Top-Zulieferern werden unterschiedliche Aspekte rund um das Thema Supply Chain diskutiert.

Im Berichtsjahr fanden beispielsweise einige Veranstaltungen mit dem Partner-Unternehmen Motorola statt. Ein Schwerpunkt dieser Zusammenarbeit lag darin, die in der Sozialcharta unseres Konzerns verankerten Richtlinien zum Lieferantenmanagement und sozialen Verhalten entlang der gesamten Wertschöpfungskette vorzustellen und einen Abgleich mit den Unternehmensstandards von Motorola vorzunehmen.

In einem eintägigen Workshop als Kern des konstruktiven Ideen- und Erfahrungsaustauschs erarbeiteten die Deutsche Telekom und Motorola gemeinsame Standards für die künftige Zusammenarbeit. Darüber hinaus hat das Partner-Unternehmen eigene Lieferanten eingeladen und mit Begleitung der Deutschen Telekom Workshops durchgeführt.



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Meinungsbild eines Lieferanten

„Die Zusammenarbeit mit unserem Kunden Deutsche Telekom ist für Motorola zunächst wirtschaftlich von großer Bedeutung. Doch auch darüber hinaus sind beide Unternehmen durch strategische und kooperative Partnerschaften verbunden. Dazu gehört als wichtiges Thema die Nachhaltigkeit als Ausdruck unternehmerischer Verantwortung. Das Engagement von Motorola in Umweltfragen ist ein wesentlicher Bestandteil unserer Unternehmenskultur. Als erstes Technologieunternehmen der Mobiltelefon-Branche in Europa hat Motorola ein eigenes Forschungszentrum mit einem Umweltlabor speziell für die Entwicklung umweltfreundlicher Produkte eingerichtet.

Wir legen Wert darauf, dass auch unsere Kunden und Partner-Unternehmen die Aspekte der Nachhaltigkeit in ihr wirtschaftliches Handeln einbeziehen. Vom umfangreichen Nachhaltigkeits-Engagement der Deutschen Telekom profitiert schließlich auch unser Unternehmen – vor allem durch den konstruktiven Know-how- und Erfahrungsaustausch. Ein erster Baustein im Rahmen der intensiven Zusammenarbeit sind die Partner-Workshops, bei denen der konstruktive Dialog im Mittelpunkt steht. Gemeinsam erarbeiten wir Ideen und optimieren bestehende Prozesse.

Auf dieser Basis wollen wir die Kooperation zwischen Motorola und der Deutschen Telekom weiter ausbauen – und tragfähige, zukunftsweisende Strategien für ein nachhaltiges Wirtschaften entwickeln. Dazu zählt unter anderem der Aufbau eines gemeinsamen, standardisierten Evaluierungssystems sowie von Schulungsangeboten für bestehende und künftige Lieferanten, um einheitliche Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette zu etablieren.“ Dr. Siegfried Pongratz, Director PRRC-Europe, Motorola GmbH



Transparenz und Wettbewerbsfähigkeit. Produkte, die wir für die Erstellung unserer Dienstleistungen einsetzen und die wir an unsere Kunden weiterverkaufen, werden zunehmend in Asien, Südamerika und weiteren Ländern außerhalb Europas hergestellt. In weiten Teilen dieser Regionen ist die Einhaltung international gültiger sozialer und ökologischer Mindeststandards nicht immer selbstverständlich. Als verantwortungsbewusstes Unternehmen achtet der Konzern verstärkt darauf, dass diese Standards entlang der gesamten Wertschöpfungskette berücksichtigt werden. Wichtige Grundlagen für die Weiterentwicklung und Umsetzung der entsprechenden Vereinbarungen und Regeln sind der Auftritt als transparentes Unternehmen, eine aktive Informationspolitik und Offenheit gegenüber Stake- und Shareholdern (siehe Seite 13).

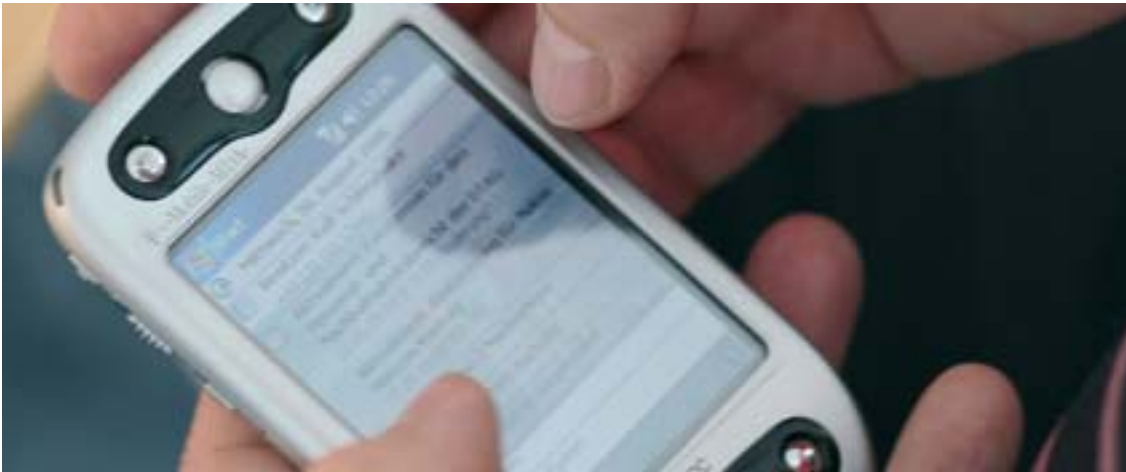
Herausforderungen annehmen. Unternehmen werden von Kunden und Partnern nicht nur nach Leistungen und Preisen, sondern auch nach ethischem, ökologischem und sozialem Verhalten beurteilt. Als unsere zukünftige Herausforderung sehen wir es daher, diese unterschiedlichen Anforderungen zu erfüllen – und dabei entlang der Wertschöpfungskette wirtschaftlich effizient sowie sozial und ethisch korrekt tätig

zu sein. Die Deutsche Telekom hat den Anspruch in allen Handlungen nachhaltig, fair und integer zu sein. Dies stellt uns vor immer neue Aufgaben. Damit auch zukünftig ökologische und soziale Mindeststandards eingehalten werden - und zwar entlang der gesamten Wertschöpfungskette - werden zum einen bereits bewährte Projekte und Programme fortgesetzt; zum anderen werden wir neue optimierte Maßnahmen einführen.

Maßnahmen planen, Ziele erreichen. 2006 führten die Fachbereiche Corporate Sustainability & Citizenship und Einkauf Workshops durch, in deren Verlauf sie langfristige Ziele und Pläne vereinbart sowie zukunftsweisende Strategien entwickelt haben. Eine detaillierte Darstellung findet sich auf den Internetseiten des Konzerns unter www.telekom.de/nachhaltigkeit.



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



„Wenn wir ohne Grundwerte des Weltmarkts wie Demokratie und Menschenrechte in die Diskussion um die Zukunft der globalisierten Welt gehen, dann können wir nur verlieren.“

Klaus Töpfer, ehemaliger Exekutivdirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen, auf dem Konzern-Nachhaltigkeitstag der Deutschen Telekom in Bonn am 18. Mai 2006



„Moderne IT sorgt für voraus- schauenden Küstenschutz.“

Dr. Walter Hürster, Principal Consultant T-Systems





Die Küstenregionen der Welt sind stark gefährdet – sowohl durch einen vom Klimawandel verursachten Anstieg des Meeresspiegels als auch durch täglich mögliche, schwere Schiffsunfälle. Dr. Walter Hürster hat eine zentrale Daten- und Informationsplattform konzipiert; sie kann Schiffsverkehr, küstennahen Luftraum und Meeresverschmutzung überwachen. Das „Integrierte Küstenschutzsystem“ bündelt modernste IT- und Kommunikationstechnik. So sichert es Wasserverkehrswege und gewährleistet ein effizientes Notfallmanagement. Der IT-Spezialist ist überzeugt: „Unser Frühwarnsystem kann die Folgen der Bedrohung für die Küstenregionen abmildern und dazu beitragen, katastrophale Havarien zu verhindern.“

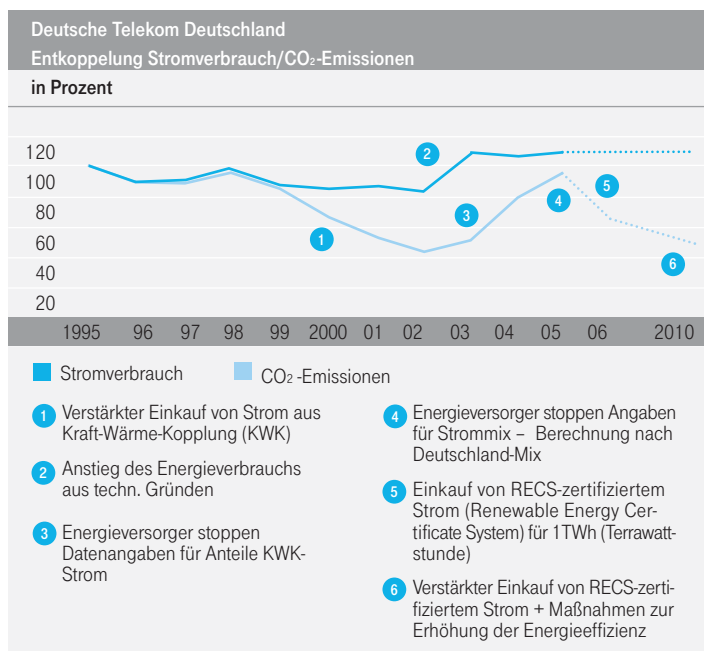
Klimaschutz: verantwortlich handeln, Ressourcen effizient einsetzen.

Im Interesse künftiger Generationen, aber auch im eigenen wirtschaftlichen Interesse ist die Deutsche Telekom fest davon überzeugt, dass der Klimaschutz eine der wichtigsten Aufgaben unserer Zeit ist. Mit einem weitreichenden Strategie- und Maßnahmenpaket strebt das Unternehmen nach einem effizienten und nachhaltigen Einsatz aller Ressourcen.

Deutsche Telekom und Klimaschutz. Der im Juni 2006 präsentierte Vorbericht des Weltklimarates Intergovernmental Panel of Climate Change kommt zu einem klaren Ergebnis: Der Klimawandel auf der Erde beschleunigt sich. Die Deutsche Telekom erkennt seit langem die Bedeutung des Klimaschutzes an und engagiert sich für die Umsetzung des Kyoto-Protokolls, das die Reduzierung von Treibhausgasen zum Ziel hat. Sie will den notwendigen Übergang unserer Gesellschaft zu energieeffizienten Produktlösungen und einer klimaverträglichen Versorgungsstrategie aktiv mitgestalten und auch die eigene Entwicklung zu einem immer nachhaltiger wirtschaftenden Unternehmen vorantreiben.

Die Deutsche Telekom übernimmt Verantwortung als international agierendes Unternehmen. Im Sinne der Nachhaltigkeit bedeutet dies, alle Potenziale für den Klimaschutz im eigenen Unternehmen sowie bei Kunden und Zulieferern auszuschöpfen sowie gesamtgesellschaftliches Engagement für den Klimaschutz wahrzunehmen. Für den eigenen Ressourceneinsatz gibt der Telekom Konzern in seinen Klimaschutzgrundsätzen klare Vorgaben, die Ausdruck aktiver Umweltpolitik sind. Hauptziel ist die Entkopplung von Stromverbrauch und CO₂-Emissionen. Das bedeutet auch, den Ausstoß klimarelevanter Treibhausgase trotz des Aufbaus paralleler Netzstrukturen und dem damit verbundenen steigenden Energieverbrauch zu senken.

Ziele und Maßnahmen. Die Deutsche Telekom hat bereits eine Vielzahl von Maßnahmen umgesetzt, um ihre betrieblichen Aktivitäten vom CO₂-Ausstoß zu entkoppeln, und wird diese auch künftig konsequent fortführen. Ziel ist es, die strombedingten CO₂-Emissionen in Deutschland mit Hilfe von RECS-Zertifikaten bis zum Jahr 2010 gegenüber 1995 zu halbieren. Die Geschäftseinheit T-Com allein sparte im Jahr 2005 mit zahlreichen Maßnahmen zur Energieoptimierung 75,63 Gigawattstunden (GWh) ein. Das entspricht dem jährlichen Gesamtenergiebedarf von zirka 4 000 Haushalten. Die eingesparten



- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Energiemengen entlasteten die Umwelt von 2001 bis 2005 um rund 129 500 Tonnen CO₂-Emissionen. Auch für das Geschäftsjahr 2006 strebt T-Com mit dem Umwelt- und Nachhaltigkeitsprogramm an, die CO₂-Belastungen weiter zu reduzieren. Ziel ist es, jährlich eine Energiemenge von 44 GWh einzusparen.

Modernisierung der Netzinfrastruktur. Um den Kunden einen hohen Komfort bei der Nutzung der Telekommunikation und neue Anwendungen in der Breitbandkommunikation zu ermöglichen, betreibt die Deutsche Telekom eine der weltweit modernsten und leistungsfähigsten Infrastrukturen für den schnellen und sicheren Informationsaustausch. Durch konsequente Modernisierung der Netzstrukturen will der Konzern mögliche Einsparpotenziale nutzen. Allein in den Jahren 2003 bis 2005 haben die Techniker von T-Com mehr als 182 000 nicht mehr benötigte Baugruppen der digitalen Vermittlungstechnik abgeschaltet oder ausgebaut. T-Mobile stattet alle rund 10 000 Mobilfunkstandorte seit Anfang 2005 mit modernster GSM-Netztechnik (Global System for Mobile Communications) aus. Neben der verbesserten Netzqualität führt dies zu deutlichen Energieeinsparungen: Der Stromverbrauch sinkt in den umgebauten Sendestationen um rund dreißig Prozent.

Einsatz regenerativer Energie. Die Deutsche Telekom setzt zunehmend auf den Einsatz regenerativer Energie. Mehrere Photovoltaik-Anlagen mit einer Gesamt-Spitzenleistung von 159 000 W_{peak} (englisch: peak = Spitze, Maßeinheit für Leistung eines Solarzellenmoduls) tragen zur Energieversorgung der technischen Systeme bei und speisen umweltfreundlichen Strom in das öffentliche Stromnetz ein. Die Tochtergesellschaft Power and Air Condition Solution Management GmbH & Co. KG (PASM), im Telekom Konzern seit 2005 für die Bereiche Gesicherte Energieversorgung, Energiebeschaffung, Portfolio- und Energiemanagement verantwortlich, hat in ihrem Verantwortungsbereich eine Reihe von Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz umgesetzt. So konnten im Jahr 2005 mit Hilfe eines Investitionsprogramms in Höhe von 166 Millionen Euro zur Optimierung des Anlagenportfolios 48,5 GWh eingespart werden. Auch den Einsatz von Brennstoffzellen treibt PASM weiter voran: Eine erste große Brennstoffzelle in München erzeugt bereits seit 2002 Strom und Wärme im Dauerbetrieb. PASM errichtet eine weitere Großbrennstoffzelle, die mit Biogas betrieben wird, zur Versorgung eines Rechenzentrums in München. In Nordrhein-Westfalen kommen künftig an sieben Standorten Brennstoffzellen zur Energieversorgung zum Einsatz.

Stromverbrauch versus CO₂-Emissionen der Deutschen Telekom Deutschland

	1995	2003	2004	2005
Stromverbrauch in GWh	2 744	3 063	2 973	2 957
CO ₂ _{äq} -Emission in Mio t	1,99	1,05	1,58	1,90
	100%	53%	79%	96%





Umweltfreundlich mobil. Neben der Netzinfrastruktur stehen die Serviceleistungen durch die Mitarbeiter der Deutschen Telekom vor Ort für einen entscheidenden Erfolgsfaktor des Konzerns. Durch effizientes Mobilitätsmanagement lassen sich daher erhebliche Einsparpotenziale realisieren. DeTeFleetServices, der Mobilitätsdienstleister im Telekom Konzern, fördert alternative Antriebstechnologien und leistet einen wesentlichen Beitrag zu den Nachhaltigkeitsaktivitäten der Deutschen Telekom. Um die Emissionen der mehr als 43 000 Flottenfahrzeuge weiter zu reduzieren, plant das Fuhrparkunternehmen, den Bestand alternativ angetriebener Fahrzeuge bis 2009 auf 2 500 Fahrzeuge zu vergrößern. 2006 erweitert DeTeFleetServices den Fuhrpark im Rahmen einer Erdgasoffensive mit rund 600 neuen Erdgasfahrzeugen und 10 000 neuen Dieselfahrzeugen mit Partikelfilter. Damit wird bereits Ende 2006 rund ein Drittel der Fahrzeugflotte mit Partikelfiltern ausgerüstet sein oder Erdgastechnologie nutzen. Über 15 000 Mitarbeiter des Konzerns in Deutschland nutzen das Jobticket als umweltfreundliches und preisgünstiges Angebot für die tägliche Fahrt zum Arbeitsplatz. Damit leisten sie einen aktiven Beitrag zur Emissionsminderung.

Energieoptimierte Gebäude. Neben dem ressourcenoptimierten Netzinfrastruktur- und Mobilitätsmanagement leistet die Deutsche Telekom auch mit umfangreichen Maßnahmen zu Energieeinsparungen in den Technik- und Bürogebäuden einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz. DeTelImmobilien, für das Gebäudemanagement der Deutschen Telekom verantwortlich, hat die bereits 2004 begonnenen Aktivitäten zur energietechnischen Optimierung der Gebäude fortgesetzt, in denen die Netztechnik untergebracht ist. Die Optimierung von 1 318 Gebäuden mit technischen Einrichtungen wurde 2005 abgeschlossen und damit der Energieverbrauch um weitere 15,9 GWh reduziert. Das Programm zur Optimierung weiterer Technik-Gebäude startete im Mai 2006. Die ersten Ergebnisse dazu liegen 2007 vor.

Meilensteine für den Klimaschutz. Seit mehr als zehn Jahren geht die Deutsche Telekom auf dem Gebiet des Klimaschutzes erfolgreich neue Wege. Einige Meilensteine:

- 1995: Der Konzern startet erstmals mit einem Umweltprogramm. Das Ziel: Den CO₂-Ausstoß bis zum Jahr 2000 um rund 15 Prozent zu vermindern.
- 2000: Verabschiedung von neuen Leitlinien für eine erstmalig konzerneinheitliche Umweltpolitik. Beginn der Entkoppelung des Stromverbrauchs von den CO₂-Emissionen.
- 2001: Die Deutsche Telekom engagiert sich – als Mitglied der Initiative „emission55“ – gemeinsam mit anderen Unternehmen für die Umsetzung des Kyoto-Protokolls.
- 2002: T-Com startet spezielle Ökofahrtrainings für die Fahrer von Dienstfahrzeugen.
- September 2002: Erste Brennstoffzelle zur Stromerzeugung in Betrieb.
- April 2003: Abschlussbericht über den Hessen Tender. Aktive Teilnahme an der Erprobung eines ökologisch effektiven und ökonomisch effizienten Emissionshandelsystems unter marktwirtschaftlichen Bedingungen.
- Mitte 2004: Beginn der gemeinsamen Erprobung von wasserstoffbetriebenen Brennstoffzellenfahrzeugen mit Daimler-Chrysler.
- Herbst 2004: Start des Programms „E-Fit“ bei T-Com zu energieeffizientem Verhalten am Arbeitsplatz.
- 2005: DeTeFleet Services beschafft neue Dieselfahrzeuge ausschließlich mit Partikelfilter.
- März 2005: Verabschiedung der Klimaschutz-Grundsätze als Ergänzung der Leitlinien für die Umweltpolitik
- November 2005: PASM kauft RECS-Zertifikate in Höhe von 1 TWh und stellt damit sicher, dass 2006 rund ein Drittel des gesamten Strombedarfs des Konzerns in Deutschland aus erneuerbaren Energiequellen stammt.



<input type="checkbox"/>	Vorwort
<input type="checkbox"/>	Deutsche Telekom
<input type="checkbox"/>	Vision, Strategien
<input type="checkbox"/>	Personalumbau
<input type="checkbox"/>	Personalentwicklung
<input type="checkbox"/>	Supply Chain Management
<input checked="" type="checkbox"/>	Klimaschutz
<input type="checkbox"/>	Daten und Ziele



Kunden und Lösungen. Die Verantwortung im Sinne des Klimaschutzes endet für die Deutsche Telekom nicht im eigenen Unternehmen. Auch die Produktion und der Betrieb der von ihr vertriebenen Geräte werden kritisch vor dem Hintergrund des Klimaschutzes betrachtet.

Die Deutsche Telekom hat bereits einiges getan, um auch auf der Kundenseite den Klimaschutz mit energieeffizienten Produkten und klimaverträglichen Lösungen voranzutreiben. So bietet T-Systems modulare E-Governmentlösungen für die öffentliche Verwaltung an, die durch elektronisches Dokumentenmanagement zur Ressourcenschonung beitragen. Weitere Beispiele sind die T-NetBox, Telefon- und Videokonferenzen sowie RechnungOnline. Erstmals brachte T-Com in diesem Jahr eine klimaneutrale Telefonkarte aus Recycling-Kunststoff auf den Markt. Für die 100 Tonnen CO₂, die bei der Herstellung der Telefonkarte und den damit abgerechneten Gesprächen anfallen, erwarb die Deutsche Telekom entsprechende Emissionszertifikate. Das Geld für die Zertifikate fließt in zwei südafrikanische Klimaschutzprojekte.

Rolle der Telekommunikation. Bei der Entwicklung innovativer Produkte und Lösungen im Bereich der ICT sieht die Deutsche Telekom nicht nur vielversprechende Chancen, sondern auch Risiken und Grenzen im Hinblick auf den Klimaschutz. Erheblichem Einsparungspotenzial steht möglicher Mehrverbrauch von Energie gegenüber, etwa infolge erhöhten Energiebedarfs durch parallele Netzstrukturen in der Übergangsphase zum Telekommunikationsnetz der nächsten Generation (NGN, Next Generation Network). Ähnliches gilt für Einsparpotenziale auf der Kundenseite: Durch Angebote wie Telearbeit oder Videokonferenzen fallen weniger Fahrten an, gleichzeitig entsteht jedoch ein höherer Energiebedarf durch die vermehrte Nutzung der Endgeräte. Mittelfristig erwartet die Deutsche Telekom eine positive Energiebilanz durch die zunehmende Verbreitung einheitlicher

Netzplattformen. Sie wird ihre Eingriffsmöglichkeiten zur Vermeidung höherer Umweltbelastungen nutzen, indem sie die Kunden zum Kauf stromsparender Geräte motiviert und besonders energieeffiziente Komponenten für den Netzzugang einsetzt.

Dialog und Forschung. Die Deutsche Telekom wird ihr Gewicht als großes internationales Unternehmen in die Waagschale werfen, um Vereinbarungen zum Klimaschutz voranzubringen und umzusetzen. Dabei setzt das Unternehmen nicht nur auf ein isoliertes Vorgehen, sondern engagiert sich im intensiven gesellschaftlichen, wissenschaftlichen und unternehmerischen Austausch. So fördert die Deutsche Telekom die Diskussion über Nachhaltigkeitsziele und unterstützt die Entwicklung neuer Technologien in der Informations- und Telekommunikationsbranche.

Die bei GeSI 2005 gegründete Climate Change Working Group hat sich zum Ziel gesetzt, das Potenzial der ICT-Branche für den Klimaschutz weltweit stärker bekannt zu machen und die Zusammenarbeit der einzelnen Akteure bei der Weiterentwicklung und Einführung klimafreundlicher Technologien zu stärken (siehe auch Seite 37).

Die Deutsche Telekom arbeitet seit Jahren in verschiedenen internationalen Organisationen und Gremien zur Förderung des Klimaschutzes in der Wirtschaft und in der Gesellschaft insgesamt mit. Zu nennen sind hier beispielsweise

- das European Business Council for Sustainable Energy in Bad Vilbel,
- das Pew Center in Washington,
- das Kuratorium des Potsdam Institutes für Klimafolgenforschung und
- the Global Roundtable on Climate Change, The Earth Institute, Columbia University, New York.





Meinungsbild eines externen Dialogpartners

„Sicherheit und Rendite sind klassische Anlagekriterien. Diese Kriterien bringen immer mehr Investoren, gerade auch große institutionelle Anleger, dazu, die Einflüsse des Klimawandels auf ihr Investment zu untersuchen. Schließlich fällen sie Entscheidungen über Investments, die langfristig wirtschaftlich erfolgreich sein sollen. Wer als Investor – und als Unternehmen – den Klimawandel in seine Überlegungen einbezieht, handelt also längst nicht mehr „nur“ aus gesellschaftlichem Engagement heraus. Er handelt ökonomisch-rational auf Basis harter Fakten und nachvollziehbarer Daten, die eine realistische Einschätzung dieser Risiken erlauben. Die rapide steigende Zahl der Investoren, die hinter dem Jahresreport des Carbon Disclosure Project (CDP) stehen, ist ein klares Indiz für den sich beschleunigenden Wandel im Denken unserer wirtschaftlichen Entscheider. Zunehmend mehr Investoren beziehen die Ergebnisse aus dem CDP in ihre Investitionsentscheidungen ein.“

Für Unternehmen wie die Deutsche Telekom, die für den Report ihre Daten offen legen, heißt das: Sie erhöhen das Vertrauen und damit ihre Attraktivität für institutionelle Anleger – indem sie etwa Auskunft geben über eigene Kohlendioxidemissionen und Klimarisiken sowie ihre Strategien zum Klimaschutz und zur Senkung der Emissionen. Gerade für die ICT-Branche und die Deutsche Telekom gilt außerdem: Sie können unserer gesamten Gesellschaft einen Weg in die Zukunft weisen. Denn sie können die Infrastruktur, die Dienste und Produkte, bereitstellen, die unsere Gesellschaft und unsere Welt für Veränderungen und für eine neue – möglichst klimaneutrale und kohlenstofffreie – Form des Lebens und Arbeitens braucht.“

James Cameron, Carbon Disclosure Project (CDP), Vorsitzender des Projektteams und des Beirats, London

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele



Über das Carbon Disclosure Project. Das Carbon Disclosure Project (CDP) wurde in London im Dezember 2000 als eine Initiative von zunächst 35 institutionellen Investoren gegründet, die die globale Erwärmung als ein Risiko für ihre Investments betrachteten. Das CDP ist eine Plattform, die jährlich die CO₂-Emissionen – und die Maßnahmen zu ihrer Reduktion – von rund 1 500 der weltweit größten Unternehmen erfasst. Die Ergebnisse werden im Internet veröffentlicht. Heute stehen hinter der Initiative 211 institutionelle Investoren mit einem Anlagekapital-Volumen von rund 31 Billionen US-Dollar. www.cdproject.net.

Gesellschaftliches Engagement für den Klimaschutz.

Die Deutsche Telekom nimmt seit vielen Jahren ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr und fördert aktiv die Diskussion und Akzeptanz des Klimaschutzes. Dabei unterstützt das Unternehmen zahlreiche Initiativen und Projekte. Ein Beispiel: Das Zukunftscamp der Deutschen Telekom, das sich im Jahr 2006 dem Schwerpunktthema Klimaschutz widmet. Erstmals nehmen rund 100 Schüler aus ganz Europa an diesem Kongress teil. Ziel des Zukunftscamps ist es, gemeinsam Empfehlungen für ein vorbildliches umwelt- und klimafreundliches Verhalten von Kindern zu erarbeiten. Der Kinderkongress ist offizielles Projekt der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“.

Green Goal: Fußball klimaneutral. Auch während der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 wurde die Deutsche Telekom ihrer Verantwortung als umweltbewusstes Großunternehmen gerecht. Um die Umweltbelastungen durch das erhöhte Verkehrsaufkommen und den zusätzlichen Energiebedarf während der WM auszugleichen, beteiligte sich T-Com an dem von den Vereinten Nationen geförderten Projekt „Green Goal“. Mit dem Erwerb von Emissionszertifikaten in Höhe von 20 000 Tonnen CO₂ durch die Deutsche Telekom ließen sich 13 der insgesamt 64 WM - Begegnungen klimatisch

neutralisieren. Das Geld für die Zertifikate fließt in zwei Klimaschutzprojekte in Südafrika. Die Projekte mit dem Schwerpunkt „Erneuerbare Energien“ entsprechen dem anspruchsvollen WWF-Gold Standard, das heißt sie koppeln Entwicklungshilfe und Klimaschutz.





Internationale Zusammenarbeit. Einen weiteren wichtigen Baustein zur effektiven Energiereduktion bildet die Vernetzung mit anderen europäischen Kommunikationsunternehmen. So ist die Deutsche Telekom beispielsweise im Verband der Europäischen Netzbetreiber, der European Public Telecommunications Network Operators' Association (ETNO), an einem Projekt beteiligt, das Energieeinsparpotenziale in der Digitalen Vermittlungstechnik identifizieren soll. Gemeinsam mit den Systemherstellern will die Deutsche Telekom darüber hinaus verbindliche Kriterien für den Einkauf ressourceneffizienter Technik entwickeln, die eine geringe Leistungsaufnahme hat und sich einfach wiederverwerten beziehungsweise umweltfreundlich entsorgen lässt.

Engagement für Wissenschaft und Forschung. Während der Fußball-Weltmeisterschaft testete T-Com im Pilotbetrieb neue Telestationen, die ihre Energie ausschließlich aus einer mobilen Brennstoffzelle beziehen. Die zur Beleuchtung der Telestation eingesetzten Leuchtdioden verbrauchen bei gleicher Lichtleistung 50 Prozent weniger Energie als herkömmliche Energiesparlampen. Langfristig plant T-Com, alle Telestationen auf energiesparende LED-Lichttechnik umzustellen. Außerdem hat die PASM eine Reihe weiterer innovativer Projekte auf den Weg gebracht: So wurde in einer Machbarkeitsstudie die gekoppelte Erzeugung von Wärme, Kälte und Strom mittels Geothermie erfolgreich untersucht. Mit den Ergebnissen plant PASM zurzeit ein konkretes Pilotprojekt. Um die Stromversorgung eines Rechenzentrums zu optimieren, kommt erstmals ein Blockheizkraftwerk mit einer Absorbationskältemaschine zur Nutzung der Abwärme zum Einsatz. Außerdem prüft PASM die Einsatzmöglichkeiten eines völlig neuartigen Stromversorgungssystems mit wassergekühlten Racks, um die Energieeffizienz zu steigern und Kosten zu senken.

Weitere Einzelheiten zu den übergeordneten Klimaschutz- und Umweltzielen des Telekom Konzerns und den konkreten Zielen und geplanten Aktivitäten der einzelnen Konzerneinheiten sind im Internet zu finden.

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Deutsche Telekom – „Roadmap Personal und Nachhaltigkeit“



Erläuterung zur Roadmap-Struktur: Die Struktur der Roadmap folgt unserem Denken in Prozessen und Kreisläufen. Ziele und Maßnahmen basieren auf unseren Leitbildern und den daraus entwickelten Strategien. Dabei achten wir darauf, dass die Leitbilder und Strategien in die Managemententscheidungen einfließen und damit eine Verankerung bzw. Implementierung in den Geschäftsprozessen sichergestellt ist. Der erreichte Mehrwert spiegelt sich in nachvollziehbaren Ergebnissen und umgesetzten Maßnahmen wider. Eine regelmäßige Berichterstattung über unsere Leistungen begleitet und ergänzt diesen Prozess. Die Ergebnisse des Dialogs mit unseren Stakeholdern fließen immer wieder in das Review unserer Strategien ein.

Roadmap Personal und Nachhaltigkeit. Aus der Konzern-Nachhaltigkeitsstrategie haben alle Geschäftseinheiten der Deutschen Telekom eigene Handlungsfelder und ein ganzes Bündel von Nachhaltigkeitszielen abgeleitet, wenn auch noch nicht konsequent für jeden Bereich. Die Konzern-Personalstrategie ist in enger Verzahnung mit der Konzernstrategie entwickelt worden. Die abgeleiteten Ziele und Maßnahmen aus dem Personalbereich sowie das Nachhaltigkeitsprogramm des Konzerns Deutsche Telekom ergeben sich aus der in der Aufklappseite vereinfacht dargestellten Roadmap. Diese Roadmap wird kontinuierlich angepasst und ist ein internes Medium, um die Entwicklung der Personal- und Nachhaltigkeitsstrategie im Konzern transparent zu machen. Sie wird durch spezifische Ziele der Geschäftseinheiten wie z.B. die Umweltziele ergänzt und konkretisiert. Eine Auswahl solcher spezifischer Umweltziele der Geschäftseinheiten – inklusive der jeweiligen Zielerreichung 2005 – ist in unserem Internetauftritt dargestellt.

Ziele und Maßnahmen der Deutschen Telekom – „Roadmap Personal und Nachhaltigkeit“

	2006		2007		2008	
	Personal	Nachhaltigkeit	Personal	Nachhaltigkeit	Personal	Nachhaltigkeit
Leitbilder, Strategien	Code of Conduct ist beschlossen und definiert Spielregeln für den gesamten Konzern weltweit	Nachhaltigkeitsstrategie mit Fokus auf Kunden und Finanzmärkte beschlossen Kundenversprechen werden um Servicesversprechen erweitert ¹	Personalentwicklungsprogramm GO AHEAD ¹ wird implementiert	Policy zur nachhaltigen Gestaltung von Produkten, Diensten und Lösungen wird aufgestellt ¹		
Verankerung, Implementierung in Prozessen und bei den Beschäftigten	Personalentwicklungsprogramm STEP up! für das Top-Management wird konzentriert implementiert Im Rahmen des Age Managements werden Middle-Assessments und Gesundheitspräventionsprogramme eingeführt ² Diversity Kongress und Diversity Award fördern die Umsetzung der Diversity Policy	Kundenzufriedenheit ist direkt mit den Unternehmenszielen verknüpft ¹ Für alle relevanten Konzerneinheiten existieren konkrete Nachhaltigkeitsziele	Personalführende konzentrierte Maßnahmen zur Mitarbeitersensibilisierung bzgl. des Code of Conduct werden durchgeführt Trainingsatool „eDiversity“ wird eingeführt Schulungsprogramm „Beschäftigte als Konzernbotschafter“ wird eingeführt ¹	Umweltmanagementsysteme sind in 80% der IT-Systemseinheiten implementiert & zertifiziert ³ In allen TMO-Gesellschaften sind Umweltmanagementsysteme implementiert Verfahren zur nachhaltigen Gestaltung von ICT-Lösungen ist implementiert ³ Nachhaltigkeitskriterien sind im Produktentwicklungsprozess integriert ⁶		Die Mehrheit der Beschäftigten wird ein Job-ticker nutzen können ¹
Umsetzung, Ergebnisse	Personalmassnahmen werden sozialverträglich im Konzern umgesetzt: ¹ Expansion bei Telekom Vertriebsgesellschaft (TPG) schafft Konzernintern 3.000 Arbeitsplätze, 1.000 davon in 2006, T-Home Speed schafft rd. 5.000 Konzerninterne Arbeitsplätze rd. 6.000 externe Kräfte können bis 2008 eingestellt werden Tarifabschluss Kundenservice TMD sichert 19 Standorte und gewährleistet dortigen Verzicht auf betriebsbedingte Kündigungen bis 31.05.2009 ⁸ Tarifabschluss DTAG sorgt für Produktivitäts- und Qualitätssteigerung im Service- und Montagebereich ⁷ Regelung zur Verbesserung der Personalstruktur von Postnachfolgeunternehmen soll in Klart teilen und einen vorzeitigen Ruhestand für Beamte der Deutschen Telekom und damit eine Entlastung in den Personalumbau ermöglichen (Öst-West-Struktur keine Belastung) ¹ Tarifverträge Altersteilzeit werden nahezu im ganzen nationalen Konzern den Arbeitnehmern angeboten ^{1, 10} Veränderung der Anforderungen an die Arbeitsplätze wird mit Qualifikationsmaßnahmen bedarfsorientiert begleitet ¹⁰ Auszubildende werden eingestellt: in 2006 insg. 4.300 ^{1, 10} Nachwuchskräfte werden übernommen oder können in der neu gegründeten „Wento Intern Services“ zeitbefristet Berufspraxis sammeln ^{1, 10} Eröffnung von zwei eigenen Kindertagesstätten ^{1, 10} Familienfonds für Projekte zur Vereinbarkeit von Beruf und Familie ist eingerichtet Wettbewerb „Best Brains Award“ für Studenten wird durchgeführt ^{1, 10}	CO ₂ -Kompensation als Mehrwertdienst eingeführt ³ In allen TMO-Gesellschaften wird der proaktive und transparente Ansatz zur Spam-Bekämpfung des GSMA Mobile Spam Verhaltenskodex umgesetzt ⁴ Nachhaltigkeitspotenzial einzelner ICT-Solutions wird für Geschäftskunden monetär dargestellt ⁵ Strombedingte CO ₂ -Emissionen werden auf 2,3 Mio t CO ₂ pro Jahr begrenzt Nachweis: vorhanden, dass die 25 Top-Lieferanten die Umwelt- und Sozialstandards erfüllen	Acht Konzerneinheiten werden bzgl. der Verträglichkeit von Beruf und Familie auditiert ¹ Konzernweit werden Diversity Councils eingerichtet	CSR-Merkmale und Nachhaltigkeitspotenziale der ICT-Dienste und -Lösungen sind Bestandteil der Werbung, des Marketings oder der Kundeninformationen ¹ Bewusstseins-Kampagne zum Klima entlastenden Potenzial der ICT-Dienste wird gestartet ¹ „Customer Relationship Management“ ist hinsichtlich Nachhaltigkeitsaspekten überarbeitet ¹ Einzelne Umweltziele sind mit Vertriebszielen bei IT-Systems Enterprise Services verknüpft ² Anteil der am Markt frei verfügbaren T-Aktien in NH-Fonds wird laut Studie des Sustainable Business Institute bei 1,6 % liegen ¹ TK-Dienst zur Verbesserung der Gebäudeenergieeffizienz ist eingeführt ³ Gewährleistung der Umsetzung von globalen nachhaltigen Leistungsstandards für ICT Strombedingte CO ₂ -Emissionen bleiben trotz steigenden Energiebedarfs konstant ¹ CO ₂ -Belastungen durch Geschäftsreisen werden um 10 % reduziert ¹		Reduktion Stand-by-Energie: alle verkauften Endgeräte haben ein Schaltnetzteil ³ T-HT: - Ozon schädigende Substanzen in Klimaanlagen werden vollständig ersetzt - alle neuen Stom-Generatoren werden mit Bio-Diesel betrieben ¹ Reduktion von 20 % der CO ₂ -Emissionen der Flotte im Vergleich zu 2005 ² 50 % des Strombedarfs wird aus regenerativen Energien oder CO ₂ -neutral bezogen ¹ Bei 5 % der Service-Fahrzeugflotte werden alternative Antriebe / Treibstoffe eingesetzt ¹
Stakeholderdialog, Externe Berichterstattung		Zwei Workshops zur Entwicklung der Lieferantenbeziehungen werden durchgeführt ¹ Global Compact-Projekt „With Internet for Equal Opportunity“ wird in Ungarn gestartet ⁴ Slowak Telekom: Veröffentlichung eines eigenen Nachhaltigkeitsberichts ⁷		Erfahrungen bei der Umsetzung des Code of Conduct werden extern kommuniziert		Deutsche Telekom berichtet gemeinsam mit Lieferanten / Kunden über die zu-lieferierte relevanter Produkte Umwelt- und Sozialdaten werden extern veröffentlicht ¹

keine Zahlenangabe: gilt für den Konzern weltweit
¹ gilt für den Konzern in Deutschland
² gilt für die Deutsche Telekom AG
³ gilt für SGF Breitband Festnetz in Deutschland
⁴ gilt für SGF Mobilfunk weltweit
⁵ gilt für SGF Geschäftskunden in Deutschland
⁶ gilt für Magyar Telekom
⁷ gilt für Slovak Telekom
⁸ gilt für T-Hrvatski Telekom (T-HT, Kroatien)
⁹ gilt für T-Mobile Deutschland
¹⁰ Umsetzung läuft kontinuierlich bis 2008

Nachhaltigkeitsindikatoren.

Nachhaltigkeitsindikatoren. Eine wesentliche Aufgabe des Personal- und Nachhaltigkeitsberichts ist die transparente Darstellung einer an den Leitlinien der Nachhaltigkeit orientierten Unternehmensführung. Bislang setzte die Deutsche Telekom dazu eine Reihe von Nachhaltigkeitsindikatoren ein, um die Entwicklung der Nachhaltigkeitsaspekte zu dokumentieren. Mit neuen „Sustainability Excellence-Key Performance Indikatoren“ (SE-KPIs) möchte die Deutsche Telekom zukünftig noch mehr Transparenz über die Gesamtentwicklung der Nachhaltigkeitsaktivitäten des Konzerns schaffen. Diese Indikatoren spiegeln die durch Unternehmensexterne erfolgten Bewertungen zur Nachhaltigkeit bei der Deutschen Telekom in kompakter Form wider. Sie werden von nun an regelmäßig im Personal- und Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht. Die bisherigen Nachhaltigkeitsindikatoren werden größtenteils weiterhin kommuniziert – allerdings nicht mehr als Indikatoren-Set.

Kunden-Wahrnehmung und Nachhaltigkeitsperformance. Die SE-KPI beschreiben die Entwicklung und den Erfolg der Nachhaltigkeitsaktivitäten. Grundlage für den ersten Indikator ist die Kundenwahrnehmung der gesellschaftlichen Verantwortung des Konzerns. Der Wert wird durch ein externes Marktforschungsinstitut bei 1 000 Privat- und 600 Geschäftskunden ermittelt. Er lag im Jahr 2005 auf einer Skala von 2 bis 10 bei 6,4. Als weiteren SE-KPI sehen wir die auswertbaren Ergebnisse aus den Nachhaltigkeitsratings an (siehe Tabelle). Hier lässt sich die Nachhaltigkeitsperformance der Deutschen Telekom aus Sicht des jeweiligen Raters nachvollziehen. Die beiden SE-KPIs basieren auf externen und unabhängigen Einschätzungen von Kunden und Nicht-Kunden sowie auf Bewertungen durch Experten. Die Veränderungen dieser Indikatoren ergeben ein aussagekräftiges Bild darüber, wie sich das Thema Nachhaltigkeit im Konzern Deutsche Telekom im Vergleich zum Referenzjahr 2005 entwickelt.

Ergebnisse der Nachhaltigkeitsratings 2005 mit verwertbaren Rückmeldungen				
Rating-Institut	Bewertungsstufen	Bewertung Deutsche Telekom 2005	Ergänzende Informationen	Schwerpunkt der Bewertungen
oekom	A+ bis D-	B	Basis für nachhaltiges Investment in Europa	Sozial-kulturelle Performance und Umweltschutz
SAM	in Prozent	72 %	Basis für Dow Jones Sustainability Index	Alle Nachhaltigkeitsaspekte
Sarasin	in Prozent	61 %	Schweizer Bankhaus, Pionier des nachhaltigen Investments	Erstellung von Umwelt- und Sozialprofil
Dr. Höller	je 5 Stufen in 6 Kriterien	im Durchschnitt zweitbeste Stufe	Zürcher Vermögensverwaltung, Research für den Ethikfonds „Prime Value“	Mitarbeiter, Umwelt, Kunden, Öffentlichkeit, Lieferanten, Investoren
Scoris (SiRi)	in Prozent	74 %	SiRi Datenbank, Grundlage für die Investmententscheidungen zahlreicher Investoren	Business Ethics, Community, Corporate Governance, Customers, Employees, Environment
Zürcher Kantonalbank	in Prozent	77,5 %	Grundlage für den Aktienanlagefonds Swissca Green Invest, lanciert von Swissca und WWF	Unternehmenspolitik, Managementprozesse, Produktion, Produkte, Beschäftigte, Anspruchsgruppen
Equinet	in Prozent	88 %	Frankfurter Investmentbank, Analyse der DAX-Unternehmen	Sozial-gesellschaftliche, ökonomische und Umweltaspekte
SNS	in Prozent	76 %	Niederländische Bank, fokussiert auf institutionelles Investment	Sozial-gesellschaftliche, ökonomische und Umweltaspekte durch Positiv- und Negativkriterien beurteilt

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Ausgewählte Personaldaten.

Mitarbeiterzufriedenheit		
	2004	2005
Mitarbeiter-Commitment	7,0 ¹	7,2 ²
<small>¹ für die nationale Telekom AG ² für den gesamten Konzern Deutsche Telekom (Wert der Deutschen Telekom AG zum Vergleich: 7,1)</small>		

Das Mitarbeiter-Commitment ist das Ergebnis der jährlichen Mitarbeiterbefragung und stellt den Mittelwert der Zustimmung der Mitarbeiter zu 5 Commitment-Fragen dar. Dabei steht eine Skala von 2 bis 10 zur Verfügung. In 2005 wurde erstmalig konzernweit die Mitarbeiterbefragung online durchgeführt. Die Befragung wird immer im dritten Quartal eines Jahres durchgeführt.

Gesundheitsquote im Telekom Konzern national			
in Prozent			
	2004	2005	30. Juni 2006
T-Com, T-Online	94,4	94,4	93,9
T-Systems	97,5	96,7	96,0
T-Mobile	95,5	94,8	94,8
Shared Services	92,9	91,2	91,3
Gesamt	94,7	94,6	94,2

Die Maßnahmen des Betrieblichen Gesundheitsmanagements zeigen positive Wirkung. Dadurch blieb die Gesundheitsquote des Konzerns trotz des wettbewerbsgetriebenen personellen Umbaus auf einem gleich bleibend hohen Niveau.

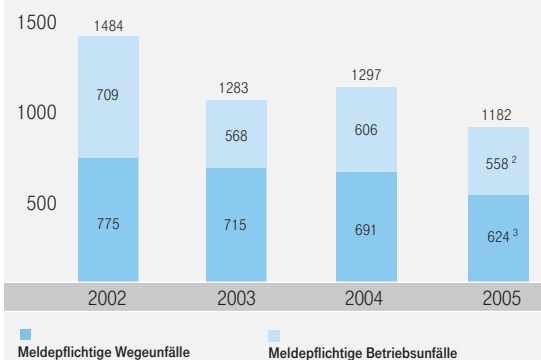
Betriebliche Altersversorgung im Telekom Konzern national			
	2004	2005	30. Juni 2006
Anzahl der Verträge	29 900	33 600	34 100
Fondsvermögen (in Mio €)	53,5	120,1	139,2
Kapitalkontenzusagen	125 626	126 143	k.A.

Die Betriebliche Altersversorgung konnte insbesondere beim Telekom Pensionsfonds (TPF) an die positive Entwicklung der Vorjahre anknüpfen. Neben der gestiegenen Zahl der teilnehmenden Mitarbeiter ist eine überdurchschnittlich gute Fondsentwicklung zu verzeichnen.

Der Trend der meldepflichtigen Unfälle weist kontinuierlich nach unten. Der Konzern stärkt diese Entwicklung unter anderem durch präventive Schwerpunktaktionen und die sicherheitstechnische Beratung durch den Regionalen Arbeitsschutz-Service.

Unfallentwicklung bei der Deutschen Telekom AG¹

Meldepflichtige Unfälle



¹ Die Zahl „Unfälle insgesamt“ wird nicht mehr ausgewiesen, da Unfälle bis zu 3 Ausfalltagen nicht mehr erfasst werden.

² davon 2 tödliche Betriebsunfälle

³ davon 1 tödlicher Wegeunfall

Die Zahl der eingereichten Verbesserungsvorschläge und der dadurch erzielten Einsparungen ist unverändert hoch. Das im Jahr 2005 eingeführte IT-Tool „KOI“ (Konzernweites Ideenmanagement) hat alle Prozesse des Ideenmanagements und -transfers deutlich vereinfacht.

Ideenmanagement

	2004	2005	30.Juni 2006
Verbesserungsvorschläge	7 737	7 821	4 626
Einsparung in Mio. €	87	98	43
Patentanmeldungen	374	412	k.A.
Bestand an Schutzrechten	5991	6686	k.A.

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Ausgewählte ökologische Daten.

Energieverbrauch Konzern Deutsche Telekom				
in 1000 kWh				
Region	Stromverbrauch		Heizenergieverbrauch	
	2004	2005	2004	2005
Deutschland	2 973 000	2 956 769	745 000	717 143
Großbritannien	325 993 ¹	242 843	144 302 ¹	8 609
Kroatien	92 343	101 928	35 078	42 500
Mazedonien	k.A.	3 626	k.A.	50
Niederlande	24 000	46 287	2 670	2 670
Österreich	6 902	9 002	k.A.	4 618
Slowakei	95 350	100 515	82 352	77 973
Tschechien	88 932	88 827	11 432	k.A.
Ungarn	221 855	233 115	121 544	112 026
USA	560 785	748 856	k.A.	75 423
Ausland gesamt	1 416 160	1 575 000	397 378	323 870
Konzern gesamt	4 389 160	4 531 769	1 142 378	1 041 012

k.A.= keine Angabe
¹ geschätzt

Der weltweite Stromverbrauch ist im Vergleich zum Jahr 2004 insgesamt leicht angestiegen. In Deutschland konnte aber durch die umgesetzten Maßnahmen zur Energieeinsparung bzw. Erhöhung der Energieeffizienz eine prognostizierte Erhöhung des Stromverbrauchs vermieden werden.

Die erwarteten Erhöhungen resultieren aus der technischen Entwicklung (Breitbandanschlüsse und -dienste) und dem Aufbau paralleler Netzstrukturen. Die bei der Stromerzeugung anfallenden klimaschädlichen indirekten CO₂-Emissionen, für die die Deutsche Telekom eine Mitverantwortung trägt, sind von 2004 auf 2005 rechnerisch gestiegen. Ursache für diesen Effekt sind unzureichende Informationen der Stromerzeuger über den gelieferten Energie-Mix. Damit sind wir gezwungen, unseren Stromlieferungen den deutschen Energie-Mix zugrunde zu legen, der ungünstiger ist als der bisher von der Deutschen Telekom eingekaufte Strom-Mix.

Emissionen Konzern Deutsche Telekom				
in t CO ₂ äq				
Region	aus Stromverbrauch		aus Heizenergieverbrauch	
	2004	2005	2004	2005
Deutschland	1 577 924	1 896 162	184 282	179 228
Großbritannien	180 772	134 663	36 688	2 202
Kroatien	81 234	89 666	10 294	12 317
Mazedonien	k.A.	3 190	k.A.	19
Niederlande	1 200	5 769	679	677
Österreich	1 672	2 181	k.A.	934
Slowakei	83 878	88 423	21 980	20 767
Tschechien	78 233	78 141	2 608	k.A.
Ungarn	195 164	205 070	35 184	32 012
USA	415 797	555 244	k.A.	19 127
Ausland gesamt	1 037 950	1 162 344	107 432	88 055
Konzern gesamt	2 615 875	3 058 506	291 714	267 283

k.A.= keine Angabe

Die Deutsche Telekom hat, um dieser Entwicklung entgegen zu wirken, 2005 Zertifikate für Strom aus erneuerbaren Quellen (aus dem Renewable Energy Certificate System) für 2006 zugekauft – und wird dies auch in Zukunft fortsetzen. Damit werden 2006 33 % des gesamten Stromverbrauchs der Deutschen Telekom in Deutschland auf RECS basieren. Dazu kommen die 10 % an erneuerbaren Energien, die im deutschen Strom-Mix enthalten sind.

Der Mobilitätsbedarf im nationalen Konzern hat sich in den vergangenen Jahren stetig erhöht. Hintergrund ist die strategische Neuausrichtung des Konzerns, die mittelfristig zu starken organisatorischen Veränderungen in den Konzerneinheiten führt.

Auch größere Kundennähe und verstärkter Kundenservice sind nur mit hoher Mobilität erreichbar. Indizien dafür sind der wachsende Fahrzeugbestand und steigende Jahresfahrleistungen.

Dem Anstieg des Fahrzeugbestandes und der Fahrleistungen steht die Entwicklung zu sinkenden Durchschnittsverbräuchen in der Flotte gegenüber. Die Reduktion konnte durch verschiedene Maßnahmen erreicht werden, z.B. durch Fahrerschulungen.

Fuhrpark, Verbrauch und Mobilität bei der Deutschen Telekom national

	2004	2005	30.Juni 2006
Fahrzeuge (Anzahl gesamt)	40 342	41 978	42 333
Dienstfahrzeuge ¹	31 166	31 148	30 380
Geschäftsfahrzeuge ²	9 176	10 830	11 953
Fahrleistung (in Mio km) ³	730,5	803,1	437,5
davon Dienstfahrzeuge	396,3	425,4	220,8
Geschäftsfahrzeuge	334,2	377,7	216,7
Verbrauch (in Mio l) ³	56,2	62,0	33,7
davon Dienstfahrzeuge	29,6	31,6	16,8
Geschäftsfahrzeuge	26,6	30,4	16,9

¹ inkl. Poolfahrzeuge

² inkl. Betriebsfahrzeuge

³ inkl. der im laufenden Jahr ausgetauschten Fahrzeuge

Durchschnittliche Jahresfahrleistung Deutsche Telekom Deutschland

in km/Jahr		2004	2005	30.Juni 2006
Dienstfahrzeuge ¹		12 716	13 657	7 269
Geschäftsfahrzeuge ²		36 423	34 873	18 132
Gesamt		18 109	19 131	10 336

¹ inkl. Poolfahrzeuge

² inkl. Betriebsfahrzeuge

Durchschnittsverbrauch Fuhrpark Deutsche Telekom Deutschland

in l/100 km		2004	2005	30.Juni 2006
Dienstfahrzeuge ¹		7,46	7,44	7,54
Geschäftsfahrzeuge ²		7,97	8,04	7,79
Gesamt		7,70	7,72	7,66

¹ inkl. Poolfahrzeuge

² inkl. Betriebsfahrzeuge

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

CO ₂ -Emissionen Fuhrpark Deutsche Telekom Deutschland			
in t			
	2004	2005	30.Juni 2006
Dienstfahrzeuge ¹	76 900	82 100	43 600
Geschäftsfahrzeuge ²	66 200	77 400	43 600
Gesamt	143 100	159 500	87 200

¹ inkl. Poolfahrzeuge
² inkl. Betriebsfahrzeuge

Die CO₂-Emissionen sind durch den höheren Mobilitätsbedarf und den damit verbundenen höheren Kraftstoffverbrauch gestiegen. In Zukunft wollen wir den Schadstoffausstoß durch den verstärkten Einsatz von alternativen Kraftstoffen und Antriebssystemen senken.

Fahrzeuge und Fahrleistung Telekom Konzern international (Stand 31.12.2005)						
Region	Kfz-Anzahl	Anteil		Jahres- fahr- leistung ¹	Kraftstoffmenge ²	
		Ottomotor	Dieselmotor		Benzin	Diesel
Großbritannien	1 033	39%	61%	8,5	k.A.	k.A.
Kroatien	1 709	22%	78%	36,0	491,2	2 294,8
Mazedonien	68	7%	93%	1,4	11,3	116,6
Niederlande	338	34%	66%	k.A.	187,6	414,2
Österreich	271	6%	94%	10,1	k.A.	k.A.
Slowakei	2 109	72%	28%	36,8	2 094,7	1 329,7
Tschechien	582	74%	26%	18,7	1 087,2	373,8
Ungarn	3 734	39%	61%	70,5	2 857,6	3 056,2
USA	1 725	100%	0%	44,7	7 666,4	0

¹ in Mio. Kilometer (km)
² in Tsd. Liter (l)

Zum ersten Mal berichten wir im Personal- und Nachhaltigkeitsbericht über den Fuhrpark internationaler Konzerneinheiten in diesem Umfang. Wir wollen die Datenbasis in Zukunft noch weiter verbreitern und aussagekräftiger machen.

Der Wasserverbrauch ist unabhängig von der Leistungserbringung gegenüber den Kunden. Hauptgründe für den Wasserverbrauch sind die sanitären Anlagen und die Bewässerung der Außenanlagen. Vor diesem Hintergrund wird nur ein geringer Aufwand für die Datenerfassung des Wasserverbrauchs betrieben.

Die Erfassung der Abfalldaten auch bei den internationalen Konzerneinheiten ist weiter aufgebaut worden. Die Abfallmenge in Deutschland hat sich durch konsequentes Abfallmanagement verringert und wird vermutlich auch in Zukunft auf Grund der abnehmenden Mitarbeiteranzahl weiter sinken.

Wasserverbrauch Konzern Deutsche Telekom

in m ³		
	2004	2005
Deutschland	3 900 035	3 703 466
Großbritannien	484 243	484 243
Kroatien	241 000	179 030
Mazedonien	k.A.	18 000
Niederlande	k.A.	30 632
Österreich	k.A.	11 036
Slowakei	524 870	261 240
Tschechien	26 863	k.A.
Ungarn	629 000	668 000
USA	k.A.	812 032

k.A. = keine Angabe

Abfallaufkommen im Konzern Deutsche Telekom

in Tonnen (t)						
Region	Gesamtabfall		Techn. Abfall		Sonderabfall	
	2004	2005	2004	2005	2004	2005
Konzern	85 593 ¹	86 572	19 040	30 852	2 438	2 631
Deutschland	58 322	52 891	12 291	11 841	1 245	1 191
Konzern ohne						
Deutschland	27 271 ¹	33 681	6 749	19 011	1 193	1 440
davon GB	k.A.	1 699	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Kroatien	3 753	3 403	2 170	2 973	119	9
Mazedonien	k.A.	142	k.A.	29	k.A.	k.A.
Niederlande	k.A.	272	k.A.	k.A.	k.A.	k.A.
Österreich	168	135	12	42	1	1
Slowakei	4 712	7 449	2 305	4 650	597	695
Tschechien	591	424	29	76	3	35
Ungarn	7 947	7 802	2 233	2 098	473	649
USA	10 100 ¹	9 857	k.A.	9 126	k.A.	k.A.

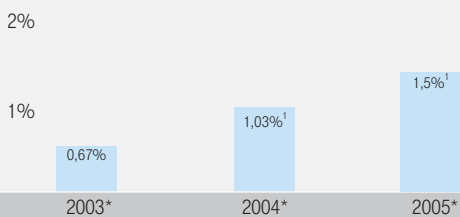
k.A. = keine Angabe

¹ Korrigierter Wert gegenüber Vorjahresbericht: Übertragungsfehler bei „Gesamtabfall USA“ und somit auch fehlerhafte Berechnung der Gesamtmengen

- Vorwort
- Deutsche Telekom
- Vision, Strategien
- Personalumbau
- Personalentwicklung
- Supply Chain Management
- Klimaschutz
- Daten und Ziele

Weitere ausgewählte Daten.

Aktienanteil, der von nachhaltigen Investoren in Kontinental-Europa gehalten wird



* Stichtag

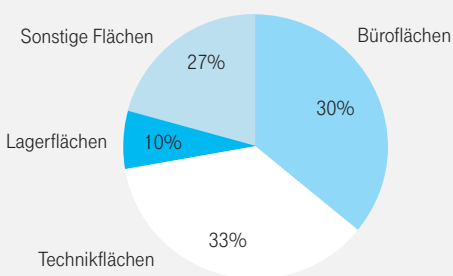
¹ Expertenurteil Sustainable Business Institute (SBI)

Nach Aussage der jährlichen Berichte des Sustainable Business Institutes ist die T-Aktie nach wie vor für ein nachhaltiges Investment attraktiv. Die Steigerung in 2005 war auch bedingt durch Einordnung des Norwegian Pension Fund in das nachhaltige Investment.

Flächennutzung im Telekom Konzern national 2005

Gesamtfläche 8,96 Mio qm

Aufteilung



Der Flächenverbrauch und seine Entwicklung wird erstmals in dem Personal- und Nachhaltigkeitsbericht der Deutschen Telekom dargestellt. Bedingt durch kontinuierliche Organisationsveränderungen im Konzern ist eine stetige Veränderung der Flächennutzung zu verzeichnen.

Impressum.

Deutsche Telekom AG
 Unternehmenskommunikation
 Postfach 20 00
 53105 Bonn

Verantwortlich für den Inhalt:

Vorstandsbereich Personal/Corporate Sustainability & Citizenship

Der Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006 liegt auch in Englisch vor.

Ansprechpartner:

Dr. Ignacio Campino
 Deutsche Telekom AG
 Leiter Corporate Sustainability & Citizenship
 64307 Darmstadt

Unternehmenskommunikation
 Deutsche Telekom AG
 Postfach 2000
 53105 Bonn

E-Mail: nachhaltigkeit@telekom.de

E-Mail: info@telekom.de

Konzept, Gestaltung, Produktion:

Human Resources Strategy & Organization
 Fach- und Nachhaltigkeitsredaktion
 Bermig & Partner Agentur für Werbung und Unternehmensliteratur, Düsseldorf
 akzente Kommunikationsberatung, München

Text:

Laycom Agentur für PR und Mediengestaltung GmbH, Bonn

Druck:

Brandenburgische Universitätsdruckerei und Verlagsgesellschaft Potsdam mbH
 Gedruckt mit Farben aus der Öko-Skala-Serie 230 auf Starline matt (FSC zertifiziert).

Dieser Personal- und Nachhaltigkeitsbericht 2006 wurde klimaneutral produziert und ausgeliefert.
 Die entstandenen Treibhausgasemissionen in Höhe von 110 Tonnen CO₂ wurden durch entsprechende Klimaschutzmaßnahmen vollständig kompensiert.

Stand: August 2006

Fotos:

Die abgebildeten Personen sind Mitarbeiter des Konzerns Deutsche Telekom:
 Gesche Joost (Deutsche Telekom Laboratories), Jutta Vaclahovsky (Telekom Direkt),
 Luis Neves (Corporate Sustainability & Citizenship), Dr. Walter Hürster (T-Systems)
 Keine Mitarbeiter sind: Hans-Georg Apostel und die Schülerinnen und Schüler der
 Hulda-Pankok-Gesamtschule Düsseldorf

Fotograf:

Peter Leenders, Düsseldorf

Internet und Download:

www.telekom.de/verantwortung/nachhaltigkeit

KNr. 642 100 124

Telekommunikationsspezifische Indikatoren nach GRI.

Die Deutsche Telekom orientiert sich bei der externen Berichterstattung an den internationalen Leitlinien der Global Reporting Initiative. Die Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) fordern von Unternehmen unter anderem, zu möglichst vielen Indikatoren verbindliche Aussagen zu treffen – sowohl zu den branchenunabhängigen „Kernindikatoren“ als auch zu den so genannten „spezifischen Indikatoren“ für die ICT-Branche. Dadurch, dass wir dieser Aufforderung so weit wie möglich nachkommen, wollen wir den aktuellen Status unserer nachhaltigen Entwicklung für unsere Stakeholder objektiv nachvollziehbar und neutral überprüfbar machen.

Zweistufiges Modell. Inhalte und Gewichtung unserer Berichterstattung sollen für einen möglichst transparenten und umfassenden Überblick über unsere Aktivitäten in den Bereichen Personal und Nachhaltigkeit sorgen. Derzeit behandelt die Deutsche Telekom die GRI-Indikatoren in einem zweistufigen Modell:

Indikatoren, zu denen wir aktuelle Aussagen treffen: Eine Anzahl konkreter Informationen zu diesen Indikatoren enthält dieser Bericht bzw. der aktuelle Geschäftsbericht 2005. Darüber hinaus sind weitere Informationen, insbesondere zu den sektorspezifischen Indikatoren, im Internetauftritt der Deutschen Telekom (www.telekom.de/nachhaltigkeit) zu finden.

Indikatoren, zu denen wir noch keine oder nur unvollkommene Aussagen treffen können: Hierfür gibt es unterschiedliche Gründe. So kann es zum Beispiel sein, dass die zur Verfügung stehenden Daten aus unserer Sicht noch nicht aussagekräftig genug sind – und damit für eine valide externe Kommunikation noch nicht brauchbar. Unser Konzern sucht nach praktikablen Lösungen, um zu allen Indikatoren aussagefähig zu werden. Der interne Diskurs ist noch nicht abgeschlossen.

Das gilt insbesondere für folgende sektorspezifische Indikatoren:

Investment: IO2

Infrastruktur: IO8

Zugang Telekommunikationsdienste: PA1, PA4, PA5, PA6

Technologische Anwendungen: TA3, TA4

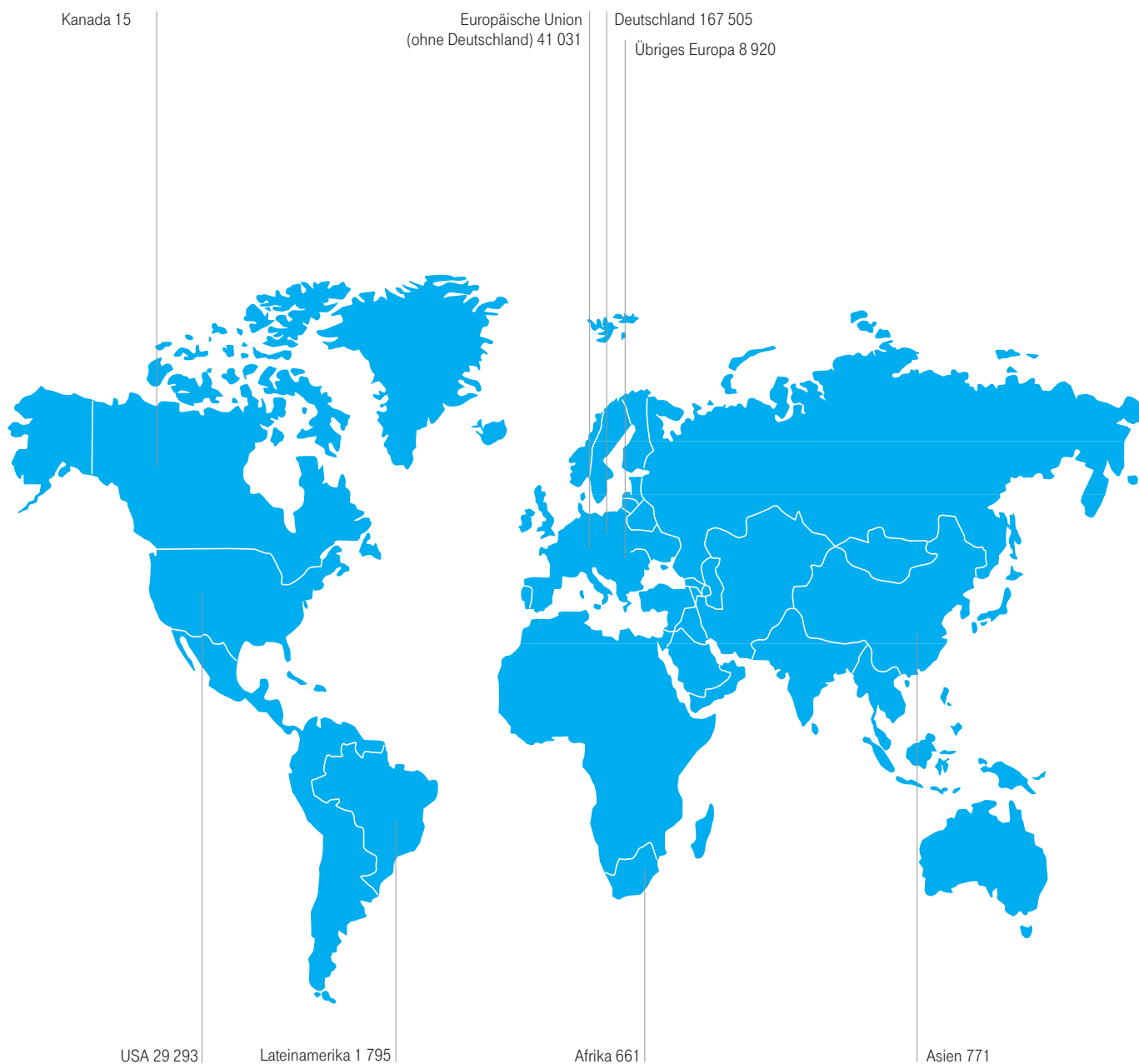
Telekommunikationsspezifische Indikatoren		
Investment		
IO1	Investiertes Kapital für Infrastrukturmaßnahmen nach Regionen	siehe Text
IO2	Kosten für Dienstleistungen in abgelegenen Regionen und Darstellung gesetzlicher Vorschriften	siehe Text
Gesundheit und Sicherheit		
IO3	Maßnahmen für eigene Mitarbeiter beim Bau der Infrastruktur	siehe Text
IO4	Einhaltung der ICNIRP-Standards für Strahlung von Mobiltelefonen	siehe Text
IO5	Einhaltung der ICNIRP-Leitlinien für Strahlung von Sendemasten	siehe Text
IO6	Maßnahmen hinsichtlich der SAR-Werte von Mobiltelefonen	siehe Text
Infrastruktur		
IO7	Maßnahmen hinsichtlich der Platzierung von Sendemasten	siehe Text
IO8	Anzahl der individuell und gemeinsam genutzten Sendeplätze	siehe Text
Zugang zu Telekommunikationsdiensten		
PA1	Grundsätze/Maßnahmen in dünn besiedelten Regionen	siehe Text
PA2	Grundsätze/Maßnahmen, um Barrieren wie Sprache, Armut, Analphabetismus Behinderungen und Alter zu begegnen	siehe Text
PA3	Maßnahmen hinsichtlich Zuverlässigkeit der Produkte/Dienstleistungen	siehe Text
PA4	Verbreitungsgebiet und Marktanteile bei Telekommunikationsdiensten	siehe Text
PA5	Angaben hinsichtlich Nutzung der Dienste durch arme Bevölkerungsschichten und Maßnahmen zu deren Unterstützung	siehe Text
PA6	Maßnahmen zur Aufrechterhaltung der Dienste in Notsituationen	siehe Text
Zugang zu Inhalten		
PA7	Grundsätze/Maßnahmen zur Gewährleistung grundlegender Rechte hinsichtlich Zugang und Inhalten von Telekommunikationsdiensten	siehe Text
Kundenbeziehungen		
PA8	Grundsätze/Maßnahmen im öffentlichen Umgang mit EMF-Themen	siehe Text
PA9	Finanzmittel/Programme zur Erforschung elektromagnetischer Felder	siehe Text
PA10	Maßnahmen zur Gewährleistung transparenter Gebühren/Tarife	siehe Text
PA11	Kundenberatung hinsichtlich verantwortungsvoller Produktnutzung	siehe Text
Technologische Anwendungen		
TA1	Beispiele für ökoeffiziente Produkte und Dienstleistungen	S.49
TA2	Beispiele für den Ersatz physischer Produkte durch Telekommunikation	S.49
TA3	Ausmaß des durch Ersatzleistungen veränderten Kundenverhaltens	siehe Text
TA4	Konsequenzen aus der Messung eines veränderten Kundenverhaltens	siehe Text
TA5	Maßnahmen zum Schutz geistigen Eigentums und zum Zugang technischer Möglichkeiten	siehe Text

Index nach GRI (Global Reporting Initiative).

GRI Berichtselement (Kernindikatoren)		
1.1	Vision und Strategie	S. 8-12
1.2	Vorwort des Vorsitzenden	S. 2-3
Organisatorisches Profil		
2.1	Name des Unternehmens	S. 4
2.2	Produkte und Dienstleistungen	S. 4-5
2.3	Unternehmensstruktur	S. 4-5, GB U7
2.4	Wichtigste Geschäftsbereiche	S. 4-5, GB U7
2.5	Länder der Geschäftstätigkeit	S. 4-5, GB U6
2.6	Eigentümerstruktur	GB S.56
2.7	Betreute Märkte	S. 4-5, GB U5-U6*
2.8	Unternehmensprofil	S. 4-5
2.9	Liste der Stakeholder	S. 13, 37, 41
2.10	Ansprechpartner für den Bericht	S. 62
2.11	Berichtszeitraum	U2
2.12	Datum des letzten Berichts	U2
2.13	Grenzen des Berichts	U2
2.14	Wesentliche Änderungen	keine
2.15	Joint Ventures, Tochtergesellschaften	GB U6
2.16	Änderungen bei der Darstellung von Informationen	U2, S.54
2.17	Entscheidung, GRI-Richtlinien nicht anzuwenden	nicht zutreffend
2.18	Kriterien/Definitionen für Kosten und Nutzen	S. 8-11, 12, 39
2.19	Änderung der Messverfahren	S. 54
2.20	Richtigkeit und Zuverlässigkeit des Berichts	U2
2.21	Externe Verifizierung des Berichts	teilweise mittelbar durch GB
2.22	Zugang zu weiterführenden Informationen	gesamtes Dokument* und Internet
Führungsstruktur und Managementsysteme		
3.1	Führungsstruktur, inkl. Nachhaltigkeitsverantwortlichkeiten	GB S. 13*
3.2	Unabhängigkeit des Aufsichtsrats	GB S. 20-22
3.3	Verfahren zur Bestimmung der Nachhaltigkeitsexpertise für den Vorstand	S. 8-11, 13*
3.4	Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratsebene zur Überwachung ökonomischer, ökologischer und sozialer Risiken und Chancen	S. 11, GB S. 90-93*
3.5	Verknüpfung der Vorstandsvergütung mit Zielerreichung im Nachhaltigkeitsbereich	GB S. 196*
3.6	Nachhaltigkeitsorganisation	siehe Internet
3.7	Vision und Unternehmenswerte	S. 10-11, 36, 42
3.8	Mechanismen für Aktionärsempfehlungen an den Vorstand	GB S. 20*
3.9	Identifizierung der Stakeholder	S. 13, 36-43*
3.10	Berücksichtigung der Stakeholder-Interessen	U2,11*
3.11	Anliegen der Stakeholder	S. 40*
3.12	Verwendung von Stakeholder-Informationen	U2, S. 10, 13
3.13	Umsetzung des Vorsorgeprinzips	S. 4, 10-12, 36, 39, 46-52
3.14	Teilnahme an externen Initiativen	S. 37, 49, 51
3.15	Unternehmensverbände	S. 52*
3.16	Management vor- und nachgelagerter Auswirkungen (z.B. Lieferantenmanagement)	S. 11, 36, 38-40
3.17	Management indirekter Auswirkungen	S. 38
3.18	Veränderungen im Hinblick auf Standorte oder Aktivitäten	S.2*
3.19	Programme und Verfahrensweisen	S. 8, 10-12, 28, 32, 36
3.20	Zertifizierungsstatus	S. 12*
Ökonomische Indikatoren		
EC1	Umsatz	S. 4
EC2	Geographische Märkte	S. 4-5, GB U6-U7

EC3	Kosten aller gekauften Waren und Dienstleistungen	S. 39
EC4	Anzahl bezahlter Verträge zu vereinbarten Bedingungen	S. 40*
EC5	Leistungen an Arbeitnehmer (Gehälter, Sozialleistungen)	S. 55, GB S. 140*
EC6	Ausschüttungen an Kapitalgeber	GB S. 55
EC7	Veränderungen der Gewinnrücklagen	GB S. 105
EC8	Gesamtsumme aller Steuerzahlungen nach Ländern	GB S. 106*
EC9	Staatliche Zuschüsse/Subventionen nach Ländern	siehe Internet
EC10	Spenden an Gemeinschaft und Zivilgesellschaft	siehe Internet
Ökologische Indikatoren		
EN1	Gesamter Materialverbrauch	keine Eigenproduktion
EN2	Verwertung von Abfällen	siehe Internet
EN3	Eigener Energieverbrauch (nach Quellen aufgeschlüsselt)	S. 57-58
EN4	Indirekter Energieverbrauch	siehe Internet
EN5	Wasserverbrauch	S. 60
EN6	Genutzte Flächen in artenreichen Habitaten	keine
EN7	Wesentliche Auswirkungen auf die Artenvielfalt	keine
EN8	Emissionen klimarelevanter Gase	S. 46-47, 57, 59
EN9	Ozonschädigende Substanzen	siehe Internet
EN10	NOx, SOx, u.a. signifikante Luftemissionen	siehe Internet
EN11	Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	S. 60*
EN12	Bedeutsame Wassereinträge nach Art	keine
EN13	Größere Unfälle mit signifikanter Freisetzung von Schadstoffen	keine
EN14	Umweltauswirkungen der wesentlichen Produkte und Dienstleistungen	S. 49*, GB S. 167
EN15	Wiederverwertung von Produkten	S. 49*
EN16	Strafen für die Nichteinhaltung gesetzlicher Umweltregelungen	GB S. 90-93
Soziale Indikatoren: Arbeitsbedingungen		
LA1	Aufschlüsselung der Belegschaft nach Regionen	U5
LA2	Fluktuation und Arbeitsplätze nach Regionen	S. 17, 22, U5*
LA3	Anteil Mitarbeiter nach Regionen, die durch Gewerkschaften vertreten oder Tarifverträge abgesichert sind	S. 24-25*
LA4	Einbeziehung Mitarbeiter bei betriebl. Entscheidungen	S. 24-25*
LA5	Praktiken zur Dokumentation von Unfällen/Krankheiten (ILO-Code)	S.55-56*
LA6	Formelle Gremien zu Sicherheit und Gesundheit	siehe Internet
LA7	Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle	S. 56
LA8	Grundsätze und Programme zu HIV/AIDS	siehe Internet
LA9	Ausbildungsstunden nach Mitarbeiterkategorie	S. 28*
LA10	Grundsätze/Programme zur Chancengleichheit	S. 31-33
LA11	Vielfalt des oberen Managements (Geschlecht/Kultur)	GB S. 12-13
Soziale Indikatoren: Menschenrechte		
HR1	Grundsätze/Verfahren zur Überwachung der Menschenrechte	S. 36-37*
HR2	Berücksichtigung bei Investitionen und Einkauf	S. 38-39*
HR3	Grundsätze/Verfahren hinsichtlich Zulieferkette	S.36-39*
HR4	Grundsätze/Verfahren gegen Diskriminierungen	S. 11, 37*
HR5	Gewährleistung einer unternehmensweiten Vereinigungsfreiheit	S. 11, 37*
HR6	Grundsätze/Maßnahmen zur Verhinderung von Kinderarbeit	S. 36-37*
HR7	Grundsätze/Maßnahmen zur Verhinderung von Zwangsarbeit	S. 36-37*
Soziale Indikatoren: Gesellschaft		
SO1	Management der Auswirkungen auf das lokale Umfeld	S. 11, 49*
SO2	Grundsätze/Verfahren, um Korruption vorzubeugen	S. 11*
SO3	Grundsätze/Verfahren im Hinblick auf politische Spenden	siehe Internet
Soziale Indikatoren: Verantwortung für Produkte und Dienstleistungen		
PR1	Gesundheit und Sicherheit der Kunden	siehe Internet
PR2	Grundsätze/Verfahren zur Produktkennzeichnung	siehe Internet
PR3	Grundsätze/Verfahren zum Datenschutz der Kunden	siehe Internet

Beschäftigte des Konzerns Deutsche Telekom weltweit*.



* in Full-Time Equivalents; Scout-Gruppe nach geografischer Sicht