

Nachhaltigkeitsstrategie für den Konzern Deutsche Telekom

- 1. Nachhaltigkeit im Konzern Deutsche Telekom**
- 2. Die strategischen Leitlinien**
- 3. Die divisionsspezifischen Teilstrategien**
- 4. Das Umsetzungskonzept**

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

1. Nachhaltigkeit im Konzern Deutsche Telekom

Die Deutsche Telekom hat sich dem Leitbild der nachhaltigen Entwicklung verpflichtet. Unser Ziel ist es, ein nachhaltiges Unternehmen in einer nachhaltigen Gesellschaft zu werden.

Unter dem Begriff „Nachhaltigkeit“ verstehen wir die beim Umweltgipfel 1992 in Rio de Janeiro formulierte Vision einer Entwicklung, die wirtschaftliche, gesellschaftliche und ökologische Aspekte gleichrangig berücksichtigt. Eine Wirtschaftsweise, die diesem Leitbild folgt, soll die heutigen Bedürfnisse befriedigen, ohne die Sicherung der Lebensgrundlage zukünftiger Generationen und die berechtigten Forderungen ärmerer Länder nach Wohlstand außer Acht zu lassen.

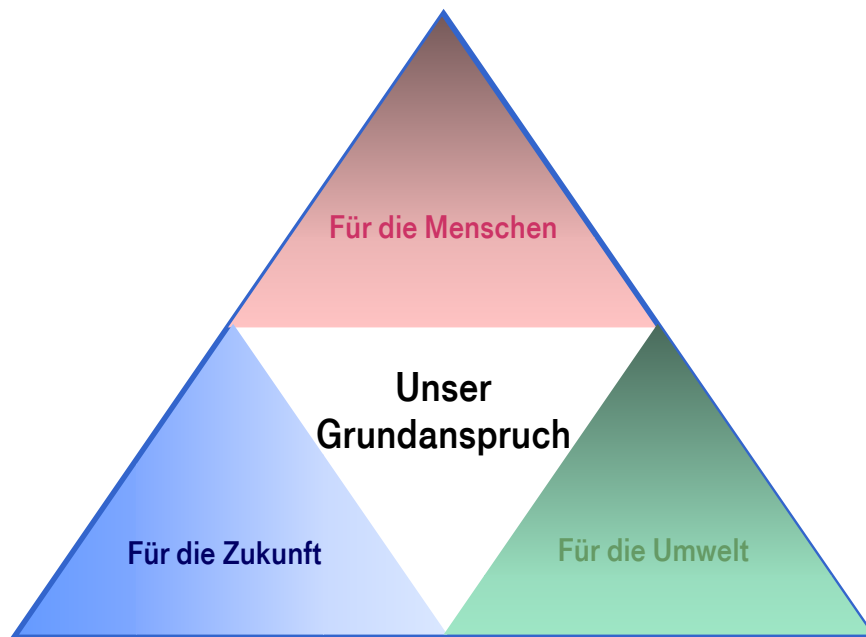
Diese Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf dem neuen Konzernleitbild und konkretisiert die Vision, die Gesellschaft für eine bessere Zukunft zu verbinden. Wir betrachten die Telekommunikation als das Nervensystem der modernen Gesellschaft. Damit wird einerseits deutlich, welche Verantwortung wir tragen, und andererseits, welche Potenziale sich für unser Unternehmen ergeben.

Für die Deutsche Telekom bedeutet Nachhaltigkeit, wirtschaftliche, sozial-gesellschaftliche und ökologische Aspekte des Wirtschaftens entlang der Wertschöpfungskette ausgewogen zu beachten und dauerhaft in einem dynamischen Gleichgewicht zu halten. Kurzfristige Verschiebungen zugunsten eines Aspekts müssen situationsabhängig möglich sein, aber nicht ohne zugleich einen Weg zu definieren, der uns zurück in diese Balance bringt. Nur ein nachhaltiges Unternehmen ist auch ein langfristig erfolgreiches und von seinem gesellschaftlichen Umfeld akzeptiertes Unternehmen. Mit der Gesamtheit unseres Wissens, unserer Technologie, unserer Produkte und Dienste sind wir auch Mitgestalter von Gesellschaften und Kulturen. Wir wollen als Corporate Citizen ein guter Nachbar und kompetenter, fairer Partner sein und unseren Beitrag für eine bessere Zukunft leisten.

Zur wirtschaftlichen Wertsteigerung trägt Nachhaltigkeit in mehrfacher Hinsicht bei. Neue zukunftsweisende Produkte, Dienste und Geschäftsfelder, die sich an den Bedürfnissen der Menschen orientieren und positive Auswirkungen auf die Gesellschaft und die Umwelt haben, lassen sich dauerhaft gewinnbringend vermarkten. Eine an der Nachhaltigkeit ausgerichtete Wirtschaftsweise ist zudem ein besonderer Ausdruck unternehmerischer Verantwortung gegenüber unseren verschiedenen Interessensgruppen (z.B. Mitarbeiter, Kunden, Aktionäre, Behörden, Nichtregierungsorganisationen). Sie trägt zur Risikominimierung sowie zur Steigerung der „Non-financial-performance“ und damit insbesondere des Images der Deutschen Telekom bei.

2. Die strategischen Leitlinien

Die nachfolgend beschriebenen strategischen Leitlinien beziehen sich immer wieder auf die „Corporate Values“ des Konzernleitbildes „T-Spirit“. Sie flankieren den Weg in Richtung nachhaltiger Unternehmensführung und beschreiben die Umsetzung des Leitbildes der Nachhaltigkeit innerhalb des Konzerns Deutschen Telekom. Sie werden damit zu Aktionsfeldern für alle nationalen und internationalen Konzerneinheiten und sind eine wesentliche strategische Grundlage für konkrete Ziele und Maßnahmen der Divisionen und der Konzernzentrale. Wir dokumentieren damit auch, welchen Beitrag wir für eine nachhaltige Gesellschaft leisten wollen.



Unser Grundanspruch

Kurz- und zugleich langfristig wirtschaftlich erfolgreich handeln sowie durch Ehrlichkeit und Transparenz die Glaubwürdigkeit gegenüber Kunden, Investoren, Finanzmärkten und Stakeholdern erhöhen

Nachhaltigkeit setzt eine gesunde wirtschaftliche Basis unseres Unternehmens voraus, zugleich ist nachhaltiges Handeln aber auch eine der Grundvoraussetzungen, um das Unternehmen langfristig ökonomisch erfolgreich zu führen. Um das Vertrauen der Kundinnen und Kunden, Investoren, Finanzmärkte und Stakeholder dauerhaft zu gewinnen, erfordern auch kurzfristige Entscheidungen die konsequente Berücksichtigung ihrer langfristigen ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen.

Wir wollen dem berechtigten Anspruch der unterschiedlichen Interessensgruppen auf einen offenen und selbstkritischen Dialog mit der Deutschen Telekom sowie der Bereitstellung relevanter Informationen in geeigneter Form gerecht werden. Dies schafft Transparenz, minimiert somit die Geschäftsrisiken und steigert die Reputation des Konzerns.

Die gesellschaftliche Folgenabschätzung unseres Handelns systematisieren und in Entscheidungen einbeziehen

Der Anspruch, zu den Innovationsführern zu gehören, erfordert eine ganzheitliche Betrachtung unseres Handelns. Die systematische Bewertung und Folgenabschätzung unserer Produkte und Dienste, der eingesetzten Technologien sowie unsere Management-Entscheidungen auf ihre ökonomischen, ökologischen und sozialen Auswirkungen sind wesentliche Bestandteile unserer Unternehmensverantwortung. Sie beinhaltet auch die Einbeziehung des Wirkens unserer Lieferanten und Hersteller (Supply Chain Management) sowie unsere Einflussnahme über die Sozialcharta oder konkrete Umweltauflagen.

Für die Menschen

International anerkannte Menschenrechte, Arbeitsnormen und Umweltschutz, wie sie z.B. der Global Compact der Vereinten Nationen fordert, konzernweit umsetzen

Die Deutsche Telekom hat den Anspruch, weltweit als anerkannter guter Nachbar aufzutreten. Integrität ist die Grundlage der Glaubwürdigkeit und setzt daher die konsequente Anwendung und Einhaltung international anerkannter Umwelt-, Arbeits- und Sozialnormen voraus. Mit der Teilnahme am „Global Compact“ der Vereinten Nationen drückt die Deutsche Telekom ihr Bekenntnis zu den dort genannten neun Prinzipien zu Menschenrechten, der Arbeitswelt und dem Umweltschutz auch öffentlich aus. Durch geeignete Projekte machen wir diese Prinzipien erfahrbar. Dazu gehört auch eine besondere soziale Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, die sich z.B. durch eine ausgewogene Work- und Life-Balance oder konsequenten Arbeits- und Gesundheitsschutz ausdrückt.

Die Unterschiedlichkeit der Menschen und Kulturen respektieren und deren Austausch aktiv fördern

Die personelle und kulturelle Vielfalt (Diversity) betrachten wir als erfolgssteigerndes Unternehmenskapital. Die kommunikative Vernetzung der Menschen untereinander fördert den Austausch von Kenntnissen, Erfahrungen und Gepflogenheiten und steigert sowohl die Verbundenheit zum Unternehmen als auch zu unseren Kundinnen und Kunden.

Für die Umwelt

Zur Steigerung der ökologischen Ressourceneffizienz in der Gesellschaft und zum Klimaschutz beitragen

Wir erkennen die zahlreichen Indizien und wissenschaftlichen Belege des vom Menschen verursachten Klimawandels an. Gesellschaftliche Verantwortung wahrzunehmen hat diesbezüglich für uns mehrere Komponenten: Wir wollen einerseits mit unseren Produkten und Diensten die ökologische Ressourceneffizienz bei unseren Kundinnen und Kunden und in der Gesellschaft steigern und damit aktiv zum Klimaschutz beitragen. Dematerialisierung und insbesondere die Substitution von Personen- und Güterverkehr durch Informations- und Kommunikationsdienstleistungen können hierzu einen wesentlichen Beitrag leisten. Andererseits setzen wir uns auch durch geeignete Initiativen und Kooperationen mit Regierungs- und Nichtregierungsorganisationen aktiv für einen gesellschaftsübergreifenden Dialog zum Klimaschutz ein.

Eigene Umweltauswirkungen systematisch reduzieren

Die Ermittlung und Reduzierung der von der Deutschen Telekom direkt und indirekt verursachten Umweltauswirkungen ist eine seit Jahren erfolgreiche Praxis, die auf unserer Umweltpolitik basiert. Diesen Weg verfolgen wir konsequent und systematisch weiter, um neben spürbaren Umweltentlastungen auch positive ökonomische Effekte zu erzielen.

Für die Zukunft

Verstärkt nachhaltige Dienste entwickeln und deren Anwendung vorleben

Dauerhaften Erfolg erzielen wir nur dann, wenn wir innovative nachhaltige Dienste anbieten, die unsere Kundinnen und Kunden begeistern. Indem wir unsere Dienste selbst intensiv nutzen, bleiben wir den Kundinnen und Kunden gegenüber glaubwürdig. Zugleich sind unsere Erfahrungen hierbei Teil eines kontinuierlichen Lernprozesses, um die Dienste im Sinne der Nachhaltigkeit weiterzuentwickeln oder neue Geschäftsfelder zu erschließen.

Die Weiterentwicklung der Arbeitswelt und Wissensgesellschaft intern und extern aktiv gestalten und zur Überwindung des Digital Divide aktiv beitragen

Unsere Produkte und Dienste sollen einen aktiven Beitrag zur ständigen Weiterentwicklung der Arbeitswelt und Wissensgesellschaft leisten. Freier und einfacher Zugang zu Informationen für alle Menschen ist die Basis für den Aufbau und die Pflege von fundiertem Wissen sowie die Voraussetzung zur Überwindung des Digital Divide. Mit unseren Informations- und Kommunikationstechnologien wollen wir die Rahmenbedingungen schaffen, um Bildung und lebenslanges Lernen weltweit zu ermöglichen. Auf diese Weise fördern wir die langfristige Beschäftigungsfähigkeit – zum Nutzen des Einzelnen und der Unternehmen.

3. Die divisionsspezifischen Teilstrategien

Die Deutsche Telekom wird in der Öffentlichkeit i.d.R. als ein Unternehmen wahrgenommen. Sie wirkt am Markt vor allem aber durch die Geschäftstätigkeiten der vier Divisionen. Die o.g. strategischen Leitlinien werden somit primär in den Divisionen durch konkrete Ziele, Projekte und Maßnahmen umgesetzt. Aus diesem Grund beschreibt diese für den gesamten Konzern Deutsche Telekom gültige Strategie auch, was Nachhaltigkeit für jede der vier Divisionen bedeutet.

T-Com

Präambel

Ableitung der T-Com Nachhaltigkeitsstrategie aus T-Spirit und den Marktveränderungen in der sich bildenden Wissens- und Informationsgesellschaft

Das Nachhaltigkeitsleitmotiv und die Nachhaltigkeitsleitlinien der T-Com verstehen sich als Bestandteil des neuen Konzern-Leitbildes T-Spirit und den dort formulierten Unternehmenswerten. Vor dem Hintergrund der veränderten Telekommunikationsbedürfnisse der sich bildenden Wissens- und Informationsgesellschaft konkretisieren sie diese unter dem Blickwinkel einer nachhaltigen Entwicklung.

Auf dieser Basis bilden die Umwelt- und Nachhaltigkeitsleitlinien und die daraus resultierenden drei Missionen unsere Nachhaltigkeitsstrategie.

In einem weiteren Schritt werden die Leitlinien im Umwelt- und Nachhaltigkeitsprogramm mit konkreten Zielen und Maßnahmen hinterlegt und auf diese Weise mit Leben gefüllt.



Das Umwelt- und Nachhaltigkeitsleitmotiv der T-Com

„Als nachhaltiges Unternehmen fördern wir mit unseren Produkten und Diensten die nachhaltige Entwicklung der Wissens- und Informationsgesellschaft. Mit hoher Ressourceneffizienz und Freude an Innovation und Vielfalt. Für unsere Kunden und eine lebenswerte Umwelt.“

Dieses Leitmotiv greift die Konzern-Vision, „die Gesellschaft für eine bessere Zukunft zu verbinden“ und gleichzeitig das formulierte Konzern-Nachhaltigkeitsziel „ein nachhaltiges Unternehmen in einer nachhaltigen Gesellschaft zu werden“ auf und lehnt sich bewusst auch sprachlich an die Konzern-Vision an.

Im Mittelpunkt der Nachhaltigkeitsstrategie der T-Com steht dabei entsprechend unserer Ausrichtung auf Privat- und mittelständische Kunden, also auf einen wesentlichen Teil der Gesellschaft insgesamt, die nachhaltige Entwicklung der Wissens- und Informationsgesellschaft.

Die derzeitige Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft befindet sich in der Entwicklung zur Wissens- und Informationsgesellschaft. Diese ist einerseits deutlich ressourceneffizienter und andererseits ohne innovative Informations- und Kommunikationstechnologien nicht denkbar.

Unsere Chance auf wirtschaftlichen Erfolg liegt darin, Produkte und Dienste so zu gestalten und am Markt zu platzieren, dass sie diesen Prozess fördern.

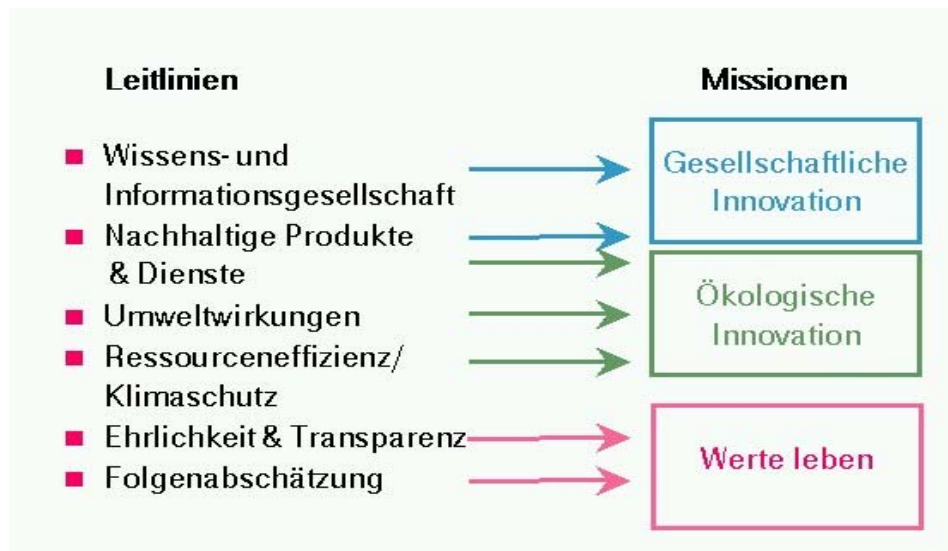
Unsere Umwelt- und Nachhaltigkeitsleitlinien

Basierend auf den auf Konzernebene verfassten 8 strategischen Leitlinien für die Umsetzung des Leitbildes der Nachhaltigkeit wurden für die T-Com ebenfalls Umwelt- und Nachhaltigkeitsleitlinien formuliert:

- **Die Weiterentwicklung der Wissens- und Informationsgesellschaft intern und extern aktiv gestalten und zur Überwindung des Digital Divide beitragen.**
- **Verstärkt nachhaltige Produkte und Dienste entwickeln und deren Anwendung vorleben.**
- **Eigene Umweltwirkungen systematisch reduzieren.**
- **Zur Steigerung der ökologischen Ressourceneffizienz in der Gesellschaft und zum Klimaschutz beitragen.**
- **Durch Ehrlichkeit und Transparenz die Glaubwürdigkeit gegenüber Stakeholdern erhöhen.**
- **Gesellschaftliche Folgen unseres Handelns bewerten und in unsere Entscheidungen einbeziehen.**

Drei Missionen

Aus diesen Leitlinien resultieren 3 Kern-Missionen, die die T-Spirit Wertesystematik widerspiegeln und sowohl im Unternehmen Wirkung entfalten als auch durch strikte Ausrichtung auf Innovation den Markt nachhaltig beeinflussen und den Unternehmenswert steigern:



Ziele und Maßnahmen der T-Com zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie

Diesen drei Missionen werden im Umwelt- und Nachhaltigkeitsprogramm entsprechende Ziele und Maßnahmen zugeordnet. Diese werden über die Balanced Scorecard der T-Com und der einzelnen Vorstandsbereiche in die Individualziele der Leiter und Beschäftigten kaskadiert und bis Ende 2005 umgesetzt. OG3 und OG4 sowie die Umweltbeauftragten der Niederlassungen unterstützen die Leiter bei der Zielerreichung.

T-Mobile

Nachhaltigkeit durch T-Mobile

Als weltweit führendes Unternehmen der mobilen Information und Kommunikation leisten wir unseren spezifischen Beitrag zur Nachhaltigkeitsstrategie des Konzerns Deutsche Telekom. Während technische Innovation und wirtschaftliches Wachstum zur Steigerung der Rentabilität im Mittelpunkt unseres Handelns stehen, arbeiten wir gleichzeitig dafür, auch auf anderen Feldern zu wachsen und auch dort innovativ zu sein: Wir wollen unsere Zukunftsfähigkeit durch Nachhaltigkeit weiter steigern und in dieser Eigenschaft auch ein verantwortliches Beispiel für die Industrie und ein verlässlicher Partner für die Gesellschaft sein. Wir hoffen auf einen regen Dialog über diese Leitlinien mit unseren Kunden, anderen interessierten Personen, Gruppen und Organisationen.

T-Mobile setzt auf nachhaltige Entwicklung von Wachstum, Rentabilität und Innovation – Technology you can lean on

Die mobile Information und Kommunikation ist eine junge, hochinnovative und sich schnell entwickelnde Technologie. Sie ist unabdingbarer Teil des ‚Nervensystems‘ unserer Gesellschaft und Wirtschaft geworden. Auf dieser Basis wollen wir Wachstum, Rentabilität und Innovation im Sinne der nachhaltigen Entwicklung als führendes Unternehmen mit Kreativität und hoher Qualität forcieren. Diese nachhaltige Unternehmensentwicklung ist die Basis für alle unsere Aktivitäten. Unseren Kunden, den Anteilseignern und Mitarbeitern sind wir dazu verpflichtet. Grundlage unserer Beziehungen zu beteiligten Personen, Gruppen und Organisationen ist daher Integrität, Fairness und Ehrlichkeit.

T-Mobile investiert in die Schonung von Umwelt und Ressourcen – Partner of the environment

Mobile Information und Kommunikation verbessert die Ressourceneffizienz und trägt deshalb unmittelbar zur Dematerialisierung bei: Weniger Güter und Personen müssen tatsächlich ‚bewegt‘ werden. Das spart Verkehr, Energie und Ressourcen. Dass unser Wachstum und unsere Innovationsfähigkeit

es uns erlaubt, einen besonderen Beitrag zur Schonung von Umwelt und Ressourcen zu leisten, ist für uns Chance und Motivation zugleich. Dieser gesamtwirtschaftliche Nutzen verpflichtet uns auch zur Umwelt- und Ressourcenschonung im eigenen Unternehmen, die wir in vielen Bereichen, beispielsweise beim Handy-Recycling, bereits erfüllen.

T-Mobile investiert in und engagiert sich für Gesellschaft und Mitarbeiter – Count on us

Mobile Verbindungen zwischen Menschen an fast allen Orten der Welt zu schaffen, ist unsere Stärke. Diese besondere Fähigkeit ist für uns Verpflichtung; als verantwortungsbewusster Teil der Gesellschaft und für unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Als internationales, transatlantisches Unternehmen leben wir den Austausch der verschiedenen Kulturen im Unternehmen. Von dieser Erfahrung und aufgrund unserer gesellschaftlichen Verpflichtung profitieren die Menschen auch direkt: So investieren wir in Bildung & Forschung und in Kultur & Sport. ‚Fair play‘ und Dialogbereitschaft in Beziehung mit allen uns verbundenen Personen, Gruppen und Organisationen ist uns besonders wichtig.

T-Mobile schafft Innovation für eine nachhaltige Entwicklung in Umwelt und Gesellschaft – Reliable partner of technical innovation

Mit unseren mobilen Produkten und Diensten wollen wir die nachhaltige Entwicklung von Umwelt und Gesellschaft forcieren. Dafür entwickeln wir als erstes Mobilfunkunternehmen weltweit einen internationalen Nachhaltigkeitsplan: unser ‚3G Greenbook‘. Leitlinie für unsere Innovationen sind deshalb der Nutzen und die Bedürfnisse unserer Kunden – private Nutzer, kleine und große Unternehmen und öffentliche Einrichtungen und Behörden. Unseren Kunden wollen wir einfache, zuverlässige und faszinierende Produkte und Dienstleistungen anbieten. Dabei besitzt die vorausschauende ökologische und gesellschaftliche Folgenabschätzung der mobilen Informations- und Kommunikationstechnologien eine herausragende Bedeutung.

Die Kunden, Partner und Investoren werden unsere Produkte und Leistungen auf lange Sicht nur dann honorieren, wenn sie über eine exzellente Qualität verfügen und zugleich nicht von negativen sozialen oder ökologischen Nebenwirkungen begleitet sind.

T-Mobile verspricht, danach zu handeln:

**We will be the most highly regarded service company ...
... with the passion to provide the true freedom to move for everyone.**

T-Online

T-Online hat sich im Rahmen seiner divisionsspezifischen Nachhaltigkeitsstrategie nachfolgende sechs Schwerpunkte gesetzt:

Den Internetzugang breiter Bevölkerungsschicht ermöglichen

Als einer der führenden Internet Anbieter möchten wir mit unserem Handeln die Gefahr eines „Digital Divide“ reduzieren helfen. Wichtiger Ansatzpunkt dabei ist unser bestehendes Tarifportfolio, das entsprechend den Anforderungen breiter Bevölkerungsschichten laufend angepasst und insbesondere auch den Bedürfnissen von Internet-Einsteigern entsprechen soll. Initiativen – wie das gemeinsam mit unserem Mutterkonzern gestartete T@School – sollen darüber hinaus die Internetnutzung in speziellen Zielgruppen (wie beispielsweise bei Schülern) gezielt fördern.

Die Verbreitung von Wissen fördern

Wir verstehen uns als ein Mittler der Internet-Wertschöpfung, der seinen Nutzern einen freien Zugriff auf die Fülle bestehender Daten und Information im Internet ermöglicht. Parallel möchten wir – im Zuge steigender Anforderungen einer „Wissengesellschaft“ – das eigene Angebot der über das

Internet verfügbaren Weiterbildungsmaßnahmen (eLearning) stetig und zielgruppengerecht ausbauen.

Der Gesellschaft als ein „Sprachrohr“ dienen

Im Vergleich zu anderen Medien ist das Internet interaktiv nutzbar und bietet damit dem einzelnen Internet-Nutzer nicht nur die Möglichkeit auf Wissen im Internet zuzugreifen, sondern dieses auch aktiv durch eigene Informationen und Meinungen mitzugestalten. Wir möchten diesen Informations- und Meinungsaustausch durch das Angebot von Nutzerplattformen (wie Chats, Foren, Votings, etc.) weiter fördern. Mit zusätzlichen Initiativen – wie beispielsweise der Umfrage „Deutschland Online“ – wollen wir für gesellschaftlich besonders relevante Themen gezielt bei der Schaffung von Transparenz unterstützen.

Den verantwortungsvollen Umgang mit dem Medium Internet fördern

Wir wollen im Rahmen unserer Möglichkeiten den Zugriff auf illegale Inhalte im Internet reduzieren helfen. Darüber hinaus liegt ein besonderer Fokus auf dem Schutz vor jugendgefährdenden Inhalten. Wir fördern hierbei einen ganzheitlichen Ansatz, der geeignete Initiativen zur Erreichung der Medienkompetenz unterstützt, eigene Angebote für Kinder und Jugendliche beinhaltet und den Eltern einfache technische Hilfestellung („Familienschutz-Software“) bietet, um die Wahrnehmung des Mediums Internet altersgerecht sicherzustellen.

Die Chancen des elektronischen Handels zur Ressourcenschonung nutzen

Der Handel über das Internet bietet Chancen für ressourceneffizientere Transaktionsprozesse. Insbesondere der sich entwickelnde Markt für digitalisierbare Produkte – wie beispielsweise Musik, Spiele – eröffnet Potenziale für eine nachhaltige Entkopplung von Warenkonsum und Ressourcenverbrauch. Mit eigenen Geschäftsmodellen wollen wir den Aufbau dieser Märkte mitgestalten und die einhergehende Dematerialisierung aktiv fördern.

Die Mitarbeiterentwicklung und deren systematischen Kompetenzaufbau fördern

Das Internet unterliegt als relativ junger Markt einer großen Dynamik und erfordert von unseren Mitarbeitern ein breites und sich wandelndes Spektrum an Fähigkeiten. Diesen Anforderungen entsprechen wir mit einer kontinuierlichen Weiterentwicklung unserer Mitarbeiter durch systematischen Kompetenzaufbau.

T-Systems

Unsere Kunden, die Kapitalmärkte sowie gesellschaftliche Gruppen interessieren sich zunehmend für unser unternehmerisches Engagement einer nachhaltigen Entwicklung. Diesem Interesse liegt die Erkenntnis zugrunde, dass nur Unternehmen, die ökonomisch, ökologisch und gesellschaftlich verantwortlich handeln, am Markt langfristig erfolgreich sein werden. Die Nachhaltigkeitsstrategie der T-Systems leistet damit einen Beitrag zur Zukunftssicherung des Unternehmens. Dies gilt insbesondere unter den Bedingungen eines immer intensiveren globalen Wettbewerbs.

Für T-Systems bedeutet das:

„Unternehmerisches Handeln unter strategischem Einbezug von ökonomischen, ökologischen und gesellschaftlichen Wertsteigerungspotenzialen“.

Handlungsfelder

Zur Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie sind Handlungsfelder aus den verschiedenen Dimensionen der Nachhaltigkeit (Ökonomie, Ökologie, Gesellschaft) definiert.

Nachhaltigkeitspotenzial im Portfolio der T-Systems

Der Anspruch unserer Kundinnen und Kunden beschränkt sich nicht nur auf unseren effizienten Umgang mit Ressourcen, sondern es wird zunehmend die Erwartung geäußert, dass andere Unternehmen und die Gesellschaft insgesamt durch Nutzung unserer IT und TK Lösungen ressourceneffizienter werden können. Daher untersuchen wir unser Portfolio regelmäßig auf Nachhaltigkeit, um Entwicklungspotenziale von Produkten und Services mit nachhaltigen Leistungsmerkmalen zu erkennen und verstärkt zu forcieren. Damit versetzen wir unsere Kundinnen und Kunden in die Lage, ihre Prozesse ressourceneffizient und nachhaltig zu gestalten.

Umgang mit Lieferanten

Wir fordern die Umsetzung der Telekom Sozialcharta bei unseren Lieferanten. Dies wird durch Lieferantenbewertung und Lieferantenaudits überprüft.

Dialog mit Partnerfirmen

Wir suchen den Dialog mit Partnerfirmen zum Thema Nachhaltigkeit mit dem Ziel, T-Systems als nachhaltig wirtschaftendes Unternehmen darzustellen und die sich daraus ergebenden Vorteile für uns, unsere Partner und die Gesellschaft auszuschöpfen.

Fürsorge, fördern und fordern der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Durch konsequente Umsetzung der Sozialcharta deckt T-Systems die Fürsorge für die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter gleichermaßen in allen Ländern unter der Berücksichtigung der länderspezifischen Gegebenheiten ab.

T-Systems fördert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, damit sie nicht nur ihre gegenwärtigen Aufgaben wahrnehmen können, sondern auch langfristig in und außerhalb des Unternehmens beschäftigungsfähig bleiben. T-Systems initiiert Maßnahmen und Programme mit welcher die Unterschiedlichkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter als Beitrag zur Zukunftssicherung des Unternehmens genutzt und gleichzeitig gesellschaftliche Verantwortung wahrgenommen werden kann.

T-Systems fordert die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, damit sie durch ihr Handeln zur Zukunftssicherung des Unternehmens beitragen.

Ausweitung von Umweltmanagementsystemen

T-Systems führt Umweltmanagementsysteme in allen Bereichen mit erkennbarer Umweltrelevanz ein.

Nachhaltigkeit messbar machen

Die Überprüfung von strategischen Entscheidungen im Sinne der Nachhaltigkeit wird wesentlich durch regelmäßige Erhebung von Daten und deren Darstellung in einem Index unterstützt. Der Index dient zur Information des Executive Boards über die Nachhaltigkeits-Performance der T-Systems und wird regelmäßig aktualisiert im Qualitäts-Report abgebildet.

4. Das Umsetzungskonzept

Dieses Konzept beschreibt, wie die strategischen Leitlinien divisionsübergreifend umgesetzt werden.

- Die strategischen Leitlinien haben eine grundsätzliche Gültigkeit für alle nationalen und internationalen Organisationseinheiten des Konzerns Deutsche Telekom und deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

- Die strategischen Leitlinien haben jedoch für die einzelnen Divisionen eine unterschiedlich ausgeprägte Relevanz und Bedeutung. Um dieser Bedeutung gerecht zu werden und nach innen und außen transparent, verbindlich und nachvollziehbar zu sein, zeigt die nachfolgend aufgeführte Matrix an, welche strategischen Leitlinien in welchen Divisionen bzw. der Konzernzentrale zu Aktionsfeldern werden.
- Diese Aktionsfelder werden in den kommenden drei Jahren mit verschiedenen Zielen, Maßnahmen und Projekten bearbeitet. Die in der Matrix dargestellten Aktionsfelder haben somit den Charakter eines verbindlichen Programms, welches als Mindestanforderung zu verstehen ist.
- Die zu diesem Programm aufzustellenden Ziele und Maßnahmen werden, sofern möglich und sinnvoll, über die üblichen Zielvereinbarungssysteme in den jeweiligen Konzerneinheiten (z.B. Balanced Scorecard, entgeltrelevantes Zielesystem) verbindlich vereinbart.
- Das Gesamt-Monitoring dieses Programms erfolgt durch den Bereich „Corporate Sustainability & Citizenship“ (CSC) im Zentralbereich HRS. Die strategischen Leitlinien werden durch den Fachbereich CSC kontinuierlich auf ihre Gültigkeit überprüft und bei Bedarf gemeinsam mit den Divisionen aktualisiert.
- CSC informiert den Konzernvorstand jährlich anhand geeigneter Indikatoren über den Stand der Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie.

Strategische Leitlinien	T-Com	T-Systems	T-Mobile	T-Online	Konzernzentrale
Wirtschaftlich erfolgreich handeln und Vertrauen durch Ehrlichkeit und Transparenz erhöhen	X	X	X	X	X
Gesellschaftliche Folgenabschätzung unseres Handelns	X	X	X		X
Anforderungen des Global Compact umsetzen					X
Unterschiedlichkeit der Menschen und Kulturen		X	X		X
Ökologische Ressourceneffizienz und Klimaschutz	X	X	X		X
Reduktion der Umweltauswirkungen	X		X		
Nachhaltige Dienste entwickeln und Anwendung vorleben	X	X	X	X	
Weiterentwicklung der Arbeitswelt und Wissensgesellschaft sowie Überwindung des Digital Divide	X			X	X