

# Zukunft ist jetzt!

Corporate Responsibility Report 2006/2007  
Vodafone Deutschland

**Make the most of now.**



**vodafone**



# Berichtsprofil

**Leitlinien:** Seit 2004 legt die Vodafone D2 GmbH (im Folgenden Vodafone Deutschland) jährlich einen Corporate Responsibility (CR) Report vor und ergänzt damit die Berichterstattung der Vodafone Group. Wir halten uns an deren Reportingleitlinien, setzen aber gemäß den Anforderungen unserer Stakeholder eigene Schwerpunkte. Weiterhin orientieren wir uns an den aktuellen Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Ein Index auf der hinteren Umschlagseite zeigt auf, wie wir die Kernanforderungen der GRI umsetzen. Im Internet stellen wir zusätzlich Informationen gemäß dem sogenannten Sector Supplement der GRI für Telekommunikationsunternehmen dar.

[www.vodafone.de](http://www.vodafone.de) > Über uns > Unsere Verantwortung

Nach unserer Einschätzung erfüllen wir mit dem vorliegenden Bericht die GRI-Anwendungsebene „C“. Wir legen unseren Managementansatz offen und machen Angaben zu rund 20 Kernindikatoren. Dabei benennen wir jeweils mindestens einen Indikator für den ökonomischen und den ökologischen Bereich sowie für Produktverantwortung, Mitarbeiter, Gesellschaft und Menschenrechte.

Mehr dazu: [www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)

**Schwerpunkte:** Entsprechend den Erwartungen unserer Stakeholder konzentrieren wir uns auf Klimaschutz und Jugendschutz. Einen weiteren Schwerpunkt bilden der Wandel unseres Unternehmens und unserer Märkte sowie die damit verbundenen Veränderungsprozesse. Zusammen mit unserer Motivation, uns für eine veränderungsbereite Gesellschaft zu engagieren, stellen wir diesen Schwerpunkt unter dem Titel „Veränderung als Chance“ dar.

**Datenerfassung:** Die im Bericht dargestellten Kennzahlen werden im Rahmen des gruppenweiten CR-Managements und -Controllings erhoben. Sie sind vierteljährlich an die Vodafone Group zu melden und wurden für die Berichterstellung konsolidiert.

**Zeitraum:** Aussagen, Daten und Kennzahlen beziehen sich im Wesentlichen auf das Geschäftsjahr 2006/2007 (1. April 2006 bis 31. März 2007). Die Daten werden jedoch im Verlauf der vergangenen Jahre dargestellt; inhaltliche Aussagen beziehen sich auf den in den Vorjahren geschaffenen Kontext und beinhalten auch Erwartungen oder Ziele für die Zukunft.

**Einbezogene Gesellschaften:** Unsere Festnetztochter Arcor, an der Vodafone Plc knapp 74 Prozent der Anteile hält – weitere Anteile halten die Deutsche Bahn AG und die Deutsche Bank AG –, veröffentlicht in diesem Jahr erstmals einen eigenen Bericht. Er liegt unserem Bericht bei und ist im Internet verfügbar.

[www.arcor.de](http://www.arcor.de)

**Redaktionsschluss:** Für den vorliegenden Bericht ist es der 30. Juni 2007. Das heißt, dass zentrale Entwicklungen bis zu diesem Zeitpunkt noch einbezogen wurden wie etwa die Veranstaltung von zwei Stakeholderdialogforen im Juni 2007.

# Inhalt

## Vodafone Stiftungen

Informationen zur Vodafone Stiftung Deutschland sowie zur Vodafone Stiftung für Forschung finden Sie auf den Seiten 10, 11 und 33.

### Vorwort

Seite 2

### Portrait

- Umsatzerlös und EBITDA erstmals leicht gesunken • Über 1,6 Mio. neue Kunden • Umsatz je Kunde und Monat auf 21 Euro gefallen
- Strategie gemeinsam mit Arcor: Stärkung des Festnetzes

3

### Unser Management

- Neue Leitlinien der Vodafone Group zu Anti-Korruption, Umgang mit Mandatsträgern und Datenschutz • Stakeholderdialog ausgebaut

4

### Veränderung als Chance

- Veränderung ohne Kündigungen • Ausbildungsniveau beibehalten
- Gesellschaftliches Engagement verstärkt

8

### Herausforderung Klimawandel

- Bekenntnis zu den Klimazielen der Europäischen Union • Dialogforum zum Klimaschutz • Vodafone-Energiesparprogramm umgesetzt • Klimaschutzstrategie in Arbeit • Interview mit Klaus Milke, Germanwatch e.V.

12

### Herausforderung Jugendschutz

- Selbstverpflichtungen und Maßnahmen • Start der Vodafone-Jugendschutzinitiative • Dialogforum zum Jugendschutz • Interview mit Markus Bußmann, Comenius-Gymnasium Düsseldorf

18

### Daten und Ziele

- Unsere Performance im Geschäft, gegenüber Umwelt, Mitarbeitern und Gesellschaft • Kennzahlen im Überblick • Unsere Ziele

24

### GRI-Index

36

### Impressum und Ansprechpartner

37





# Vorwort

## Liebe Leserinnen und Leser,

„Zukunft ist jetzt!“ lautet das Motto unseres diesjährigen Corporate Responsibility Reports. Das drückt die Grundhaltung unseres unternehmerischen Handelns aus.

Veränderung, davon bin ich überzeugt, ist zu einer Konstante in Wirtschaft und Gesellschaft geworden. Das, was zu tun ist, lässt sich nicht auf die Zukunft verschieben, sondern muss hier und heute in Angriff genommen werden. Dies gilt für den Klimaschutz ebenso wie für Bildungsfragen oder neue Strategien im Kerngeschäft. Der Mut zu entschlossenem Handeln wird darüber entscheiden, ob wir Chancen erschließen können oder lediglich Risiken zu vermeiden suchen.

Im vorliegenden Bericht wollen wir Ihnen anhand von drei Schwerpunktthemen – Veränderungsmanagement, Klimawandel und Jugendschutz – aufzeigen, wie wir unsere Grundhaltung im Kerngeschäft sowie gegenüber Mitarbeitern, Umwelt und Gesellschaft leben. Uns leitet dabei die Verantwortung, die wir als großes Wirtschaftsunternehmen, bedeutender Arbeit- und Auftraggeber sowie als Teil der Gesellschaft haben. Diese Verantwortung ist integraler Bestandteil unserer Unternehmenskultur und unserer Unternehmensstrategie. Schließlich wollen wir als Vodafone Group das angesehenste Unternehmen der Telekommunikationsbranche weltweit sein.

Deshalb legen wir im zweiten Teil des Berichts detailliert Rechenschaft darüber ab, wie wir bei der Umsetzung ökonomischer, ökologischer und sozialer Anforderungen in den vergangenen Jahren vorgekommen sind. Wir orientieren uns dabei an den weltweit anerkannten Leitlinien der Global Reporting Initiative für eine gute Nachhaltigkeitsberichterstattung. Denn unser Handeln und seine Ergebnisse sollen international transparent und vergleichbar sein.

Ich bin überzeugt, dass Vodafone ein Treiber für Veränderungen sein kann. Für Veränderungen, die einen Mehrwert für Mitarbeiter, Umwelt und Gesellschaft schaffen. Beurteilen Sie selbst, ob uns dies gelingt. Und sagen Sie uns auch, wenn Sie anderer Meinung sind.

Düsseldorf, im August 2007

Friedrich Joussen  
Vorsitzender der Geschäftsführung Vodafone D2 GmbH  
Vorsitzender des Aufsichtsrats Arcor AG & Co. KG

# Portrait

## Menschen und ihre Wünsche stehen im Mittelpunkt unseres Handelns.

Vodafone D2 GmbH ist Teil des globalen Vodafone-Konzerns und entstand mit der Übernahme von Mannesmann D2 im Jahr 2000. Seither konnten wir die Marktposition in Deutschland stetig ausbauen und zählen heute zu den großen und innovativen Unternehmen Deutschlands. Im Mobilfunk sind wir nach Umsatz und Profitabilität deutschlandweit an erster Stelle, im Festnetz sind wir dabei, eine starke Position zu erobern.

Die Vodafone Group Plc mit Sitz in Newbury (Großbritannien) ist das größte Mobilfunkunternehmen der Welt. Sie erwirtschaftete im Geschäftsjahr 2006/2007 einen Umsatz von umgerechnet 45,7 Mrd. Euro. Weltweit beschäftigt Vodafone etwa 66.300 Mitarbeiter und betreut 206,4 Mio. Kunden. Alle Gesellschaften agieren unter dem Markennamen „Vodafone“. Im Geschäftsjahr 2006/2007 neu hinzugekommen sind die Gesellschaft Telsim in der Türkei sowie die indische Telefongesellschaft Hutchison Essar Limited. Insgesamt hält Vodafone Beteiligungen in 25 Ländern und hat in 36 weiteren Ländern Partnerunternehmen.

### Standorte, Mitarbeiter und Beteiligungen

Vodafone Deutschland hat neben der Zentrale in Düsseldorf deutschlandweit acht Niederlassungen – in Berlin, Dortmund, Radebeul bei Dresden, Ratingen bei Düsseldorf, Frankfurt am Main, Langenhagen bei Hannover, München und Stuttgart –, rund 1.600 Shops sowie Großkunden- und Mittelstandsvertrieb. Vertreten werden wir zudem von 1.732 Fachhändlern. Insgesamt beschäftigen wir rund 9.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und bedienen 30,8 Mio. Kunden. Vodafone ist zu 74 Prozent an dem Festnetzunternehmen Arcor beteiligt; das Ersatzteilgeschäft haben wir im April 2004 an Ericsson abgegeben.

## Wirtschaftliche Entwicklung

Im vergangenen Geschäftsjahr 2006/2007 erzielten wir in Deutschland einen Umsatz von 8,03 Mrd. Euro sowie ein Ergebnis (EBITDA) von 3,58 Mrd. Euro. Erstmals gingen Umsatz und Ergebnis damit zurück, obwohl wir über 1,6 Mio. neue Kunden gewinnen konnten. Ursachen sind der harte Wettbewerb, der auf die erzielten Preise drückt, und die Regulierung.

### Strategie Festnetz und neue Datendienste

Zwar ist die Anzahl der Vodafone-Kunden in Deutschland in den vergangenen drei Jahren um knapp vier Prozent gestiegen. Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde und Monat (ARPU) ging jedoch – quer durch die deutsche Mobilfunkbranche – stetig zurück und lag bei Vodafone Deutschland im vergangenen Geschäftsjahr bei 21 Euro. Wir haben uns deshalb auf eine schwierigere Zeit im Mobilfunksektor eingestellt und wollen gemeinsam mit unserer Festnetztochter Arcor neue Wachstumspotenziale als Komplettanbieter erschließen. Schon heute erweist sich diese Strategie als erfolgreich und kostensenkend: Produkte werden gemeinsam entwickelt und vermarktet sowie Teile des Netzes gemeinsam genutzt. Mit dem mobilen Internet und unseren immer schnelleren Datendiensten begeistern wir eine steigende Zahl an Kunden. Im Berichtszeitraum konnten wir beim Datenverkehr ein Wachstum von über 50 Prozent verzeichnen.

### Innovation und Kundenorientierung

Unsere Produktpalette bauen wir ständig aus – im vergangenen Jahr vor allem durch die deutliche Erweiterung unseres Zuhause-Angebots und die verstärkte Nutzung von UMTS (Universal Mobile Telecommunications System). Unser UMTS-Netz gilt als das stabilste und leistungsfähigste in Deutschland und bietet die Grundlage für innovative Angebote wie „RadioDJ“ oder „MobileTV“. Unsere Hotline-Beratung wurde von der Fachzeitschrift „Connect“ im März 2007 zum fünften Mal in Folge als „leuchtendes Beispiel in der Servicewüste“ ausgezeichnet.

Erklärtes Ziel von Vodafone ist es, das Potenzial des Mobilfunks für den gesellschaftlichen Fortschritt nutzbar zu machen.



# Unser Management

**Als führendes Mobilfunkunternehmen der Welt wollen wir dazu beitragen, dass alle Menschen ein besseres Leben führen können.**

Diese Vision verfolgen wir auf Basis unserer Werte und unserer CR-Strategie. Unter CR (Corporate Responsibility) verstehen wir die Verantwortung, die wir als Unternehmen für unsere Umwelt und die Gesellschaft tragen. Diese Verantwortung haben wir in den vergangenen Jahren sukzessive in unsere Kerngeschäftsprozesse integriert. Dabei helfen uns Leitlinien und Politiken für die verschiedenen Verantwortungsbereiche.

## Prinzipien und Politiken

**Business Principles:** Halten unsere Mitarbeiter dazu an, Geschäftspartnern und Stakeholdern ehrlich, integer und fair zu begegnen.

**Social Investment Policy:** Gibt vor, wie Spenden, Sponsoring und andere sozialgesellschaftliche Investments getätigt werden sollen.

**Health & Safety Policy:** Umfasst Grundsätze zur Gewährleistung von Gesundheit und Sicherheit der Menschen, die bei und für Vodafone arbeiten.

**Equal Opportunities Policy:** Betont den Wert der Vielfalt und hält die Mitarbeiter dazu an, mit Kollegen und Kunden fair und respektvoll umzugehen.

**Code of Ethical Purchasing:** Legt ethische und soziale Mindeststandards für die Lieferanten von Vodafone fest.

**Tax Code of Conduct:** Gewährleistet, dass Steuerzahlungen nach gesetzlichen Regelungen und mit höchster Transparenz erfolgen.

**Responsible Network Deployment Policy:** Beschreibt Aspekte für Umwelt und Gesellschaft, die beim Ausbau des Vodafone-Netzes zu berücksichtigen sind.

**Privacy Policy:** Hält zum vertrauensvollen Umgang mit den Informationen und Daten der Kunden an.

**Public Policy Principles:** Beschreibt den Umgang mit Politik und Mandatsträgern und schließt Spenden an politische Parteien oder ihnen nahestehende Institutionen aus.

**Anti-Corruption Compliance Guidelines:** Baut auf den Business Principles auf und soll das Bewusstsein für die Einhaltung entsprechender Gesetze, Standards und Prinzipien schärfen.

## Strategie und Handlungsfelder

Zu den zentralen Eckpunkten unserer 2005 verabschiedeten CR-Strategie zählen die Einhaltung ethischer Standards, der intensive Stakeholderdialog, die Sicherstellung gruppenweit konsistenter Leistungen sowie die Erfüllung unserer Versprechen in drei Bereichen: Verantwortung für die Kunden, Wiederverwendung und Verwertung von Mobiltelefonen, Energieeffizienz und Klimaschutz. Darüber hinaus wollen wir das Potenzial des Mobilfunks nutzbar machen für die gesellschaftliche Weiterentwicklung, sprich: durch den Zugang zu Kommunikation einen Mehrwert schaffen.

Vor diesem Hintergrund hat Vodafone Deutschland sein Engagement in den vergangenen Jahren in drei Säulen gebündelt: Kernthemen, Corporate Citizenship sowie Stiftungen. Im Januar 2006 hat die Geschäftsführung die strategische Ausrichtung für alle drei Säulen verabschiedet.

**Kernthemen:** Dies sind die zentralen Themen unserer gesellschaftlichen und ökologischen Verantwortung im Kerngeschäft. Sie werden durch den intensiven Dialog mit unseren Stakeholdern immer wieder hinterfragt und an neue Entwicklungen angepasst. Aktuell gehören dazu insbesondere die Themen Klimaschutz, Energieeffizienz und Jugendschutz. Zu den Themen, die hier bereits seit langem auf der Agenda stehen, zählen Abfall und Recycling sowie elektromagnetische Felder (EMF).

# 7

Schlüsselfelder hat die Vodafone Group im Bereich der ökologischen und gesellschaftlichen Verantwortung definiert. Den Leistungsbeitrag der Gesellschaften erfasst sie anhand eines vierteljährlichen Reportings für Einhaltung ethischer Standards, Stakeholderdialog, Sicherstellung gruppenweit konsistenter Leistungen, Verantwortung für die Kunden, Wiederverwendung und Verwertung von Mobiltelefonen, Energieeffizienz und Klimaschutz.

## Unsere Werte

**Passion for customers.** Unsere Kunden vertrauen uns. Deshalb setzen wir alles daran, ihre Bedürfnisse und Wünsche vorzusehen, sie zu verstehen und sie mit unserem Service zu begeistern.

**Passion for the world around us.** Unser verantwortungsvolles Handeln für Gesellschaft und Umwelt trägt dazu bei, dass alle Menschen ein besseres Leben führen können.

**Passion for our people.** Ein starkes Team aus hervorragenden Mitarbeitern macht uns erfolgreich.

**Passion for results.** Wir sind proaktiv und wollen die Besten sein.

Im Vorfeld der Berichtserstellung haben wir die zentralen Themen unseres CR-Managements – auch vor dem Hintergrund unserer Gespräche mit Stakeholdern – diskutiert und bewertet. Daraus ergab sich das dargestellte Portfolio. Wir legen im Bericht deshalb ein großes Gewicht auf Klimawandel und Jugendschutz. Das Thema EMF bilden wir im Datenteil umfassend ab. Die Themen Arbeitsplätze, Weiterbildung der Mitarbeiter sowie Beitrag als guter Bürger haben wir im Kapitel „Veränderung als Chance“ gebündelt. Die weiteren Themen sind ebenfalls im Datenteil dargestellt.

**Corporate Citizenship:** Dies bezieht sich auf unser Engagement als „guter Bürger“, bei dem wir uns – zur Flankierung unseres Kerngeschäfts – auf die Bereiche Wissenschaft und Bildung sowie Umwelt und Soziales konzentrieren. Wenn wir Kooperationen eingehen, wie beispielsweise mit dem Naturschutzbund Deutschland (NABU), ist ein klarer Bezug der Projekte zu unserem Kerngeschäft ein zentrales Kriterium. Das gilt auch bei unseren vielfältigen gesellschaftlichen Sponsoringaktivitäten am Unternehmenssitz Düsseldorf oder an den Niederlassungsstandorten sowie bei Projekten im Rahmen des freiwilligen Engagements unserer Mitarbeiter (Corporate Volunteering), das wir derzeit gemeinsam mit Human Resources aufbauen.

**Stiftungen:** Auch die Vodafone Stiftungen, obwohl rechtlich und organisatorisch völlig unabhängig vom Unternehmen, tragen mit ihren Aktivitäten dazu bei, im Sinne der Vodafone-Vision einen Mehrwert für die Gesellschaft zu schaffen. Die 2002 gegründete gemeinnützige Vodafone Stiftung Deutschland konzentriert sich auf die Bereiche Bildung, Sozial- und Gesundheitswesen sowie Kunst und Kultur. Die Vodafone Stiftung für Forschung fokussiert auf mobilfunknahe Forschungsthemen durch die Vergabe eines renommierten Innovationspreises.

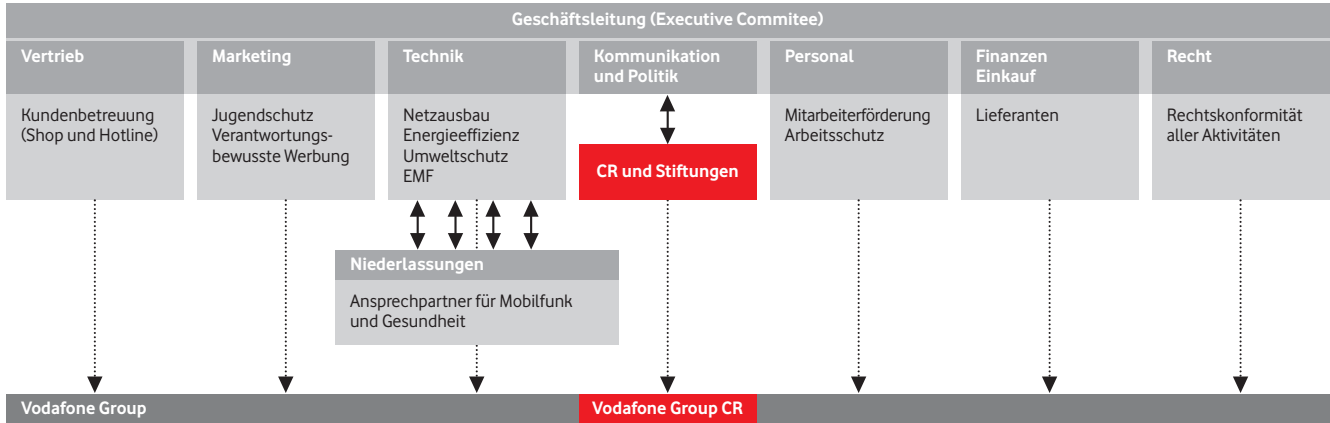


# 110.875

ausgediente Mobiltelefone wurden im Berichtszeitraum 2006/2007 bei Vodafone Deutschland abgegeben.



## Vodafone Deutschland: Bereiche und betreute Themen mit CR-Bezug



### Verankerung in der Unternehmensorganisation

Vodafone Deutschland hat im Jahr 2004 unter dem Dach der Unternehmenskommunikation eine eigene CR-Abteilung etabliert. Sie berichtet dem Direktor Unternehmenskommunikation und Politik, der Mitglied der Geschäftsleitung ist. Zentrale Aufgabe der CR-Abteilung ist die Koordination der internen wie der externen Aktivitäten, mit denen Vodafone Deutschland seine Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft wahrnimmt. Die Abteilung ist Ansprechpartner für alle Stakeholder – Kunden, Mitarbeiter, Lieferanten, Behörden, Politik und Nichtregierungsorganisationen (NGOs) – und pflegt den intensiven Kontakt mit ihnen. Eine eigene Abteilung ist für Fragen des Umweltschutzes und mobilfunkspezifische Themen (EMF, EMVU) zuständig und steht in einem regen Austausch mit dem Gesetzgeber und den Kommunen.

### Management und Kontrolle

Gerade auch das Management von CR bedarf der stetigen Prüfung und Kontrolle, selbst wenn seine Effekte manchmal nicht direkt messbar sind. Dabei hilft uns zum einen der bereits erwähnte Dialog mit unseren Stakeholdern. Zum anderen wurden für die Verfolgung der gruppenweiten CR-Strategie zentrale Leistungsindikatoren definiert, anhand deren sich Verbesserungen im Bereich Umwelt und Gesellschaft beurteilen lassen. Diese berichten wir seit 2002 vierteljährlich an die Vodafone Group, die die Erhebung in all ihren Landesgesellschaften durchführt. Aufgrund dieses intensiven Reporting- und Controllingsystems verzichten wir auf eine externe Zertifizierung unseres Umweltmanagements.

Allerdings orientieren wir uns im Reporting ebenso wie im Management an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI) für eine gute Nachhaltigkeitsberichterstattung – in der aktuellen Fassung vom Oktober 2006 (siehe Seite 36). Ergänzend dazu hat GRI für den Sektor Telekommunikationsunternehmen ein sogenanntes Supplement erarbeitet, das die branchenspezifischen Anforderungen der Stakeholder konkretisiert. Auch dessen Anforderungen haben wir im Blick und bilden die Ergebnisse im Internet ab.

GRI-Index: [www.vodafone.de](http://www.vodafone.de) > Über uns > Unsere Verantwortung

## Entwicklung CR bei Vodafone Deutschland

Jahr	2000	2001	2002	2004
	Übernahme der Mannesmann AG durch Vodafone	Erster CR-Bericht der Vodafone Group	Gründung der Vodafone Stiftung Deutschland	1. CR-Bericht von Vodafone Deutschland
				Gründung der CR-Abteilung
				Stakeholderbefragung



Am 24. Januar 2007 fand in Berlin die erste „SustainabilityLounge“ von Vodafone Deutschland statt. Mit dabei: Bundesumweltminister Sigmar Gabriel und Achim Steiner, Generaldirektor des Umweltprogramms der Vereinten Nationen.

### Dialog mit unseren Stakeholdern

Der direkte Kontakt zu unserem Umfeld ist uns als Kommunikationsanbieter besonders wichtig. Den Austausch mit unseren Stakeholdern pflegen wir auf verschiedenen Ebenen:

**1** SustainabilityLounge: Anfang 2007 mit einem Themenforum zum Klimaschutz gestartet, etablieren wir in Kooperation mit dem Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW) und ecologic eine mehrmals jährlich stattfindende hochkarätige Stakeholderveranstaltung in Berlin. Beim ersten Forum waren mehr als 200 Gäste aus allen Bereichen der Gesellschaft dabei.

**2** Stakeholderforen: Diskussionsrunden helfen uns bei der Einschätzung wesentlicher Themen und zeigen uns neue Perspektiven für unser verantwortliches Handeln auf. Im Juni 2007 haben wir solche mit jeweils etwa 14 Teilnehmern zu den Themen Klimawandel und Jugendschutz durchgeführt. Etwa die Hälfte der Teilnehmer stammte aus unterschiedlichen Fachbereichen von Vodafone und trug die Einschätzung der externen Stakeholder in das Unternehmen hinein.

**3** Kooperationen: Mit dem NABU ist Vodafone Deutschland am 9. Mai 2005 eine auf vier Jahre angelegte Kooperation eingegangen. Die beiden Partner wollen sich in konkreten Projekten für die Ziele des Naturschutzes und einer nachhaltigen Entwicklung engagieren. Im Februar 2006 wurde beispielsweise eine gemeinsame bundesweite Kampagne zum Recycling gebrauchter Mobiltelefone gestartet.

**4** Gute Kontakte und bilaterale Gespräche: Solche pflegen wir zur Kommission Jugendschutz (KJM), zu jugendschutz.net, zur Verbraucherzentrale e.V. (vzbv) und deren Landesorganisationen, mit Transparency International Deutschland e.V., der Bertelsmann Stiftung und Stiftung Warentest, dem Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend, dem nordrhein-westfälischen Ministerium für Innovation, Wissenschaft, Forschung und Technologie, dem Familienministerium Rheinland-Pfalz sowie mit den Behörden der Stadt Düsseldorf. Die Berliner Vodafone-Repräsentanz hält den Kontakt zu politischen Entscheidungsträgern und Meinungsbildnern und folgenden Organisationen, in denen Vodafone auch Mitglied ist: Wirtschaftsrat und Informationszentrum Mobilfunk (IZMF). Vodafone-CEO Friedrich Jousen ist Mitglied im Präsidium des Bundesverbands der Deutschen Industrie (BDI).

			Ziel
2005	2006	2007	2010
2. CR-Bericht von Vodafone Deutschland	3. CR-Bericht von Vodafone Deutschland	4. CR-Bericht von Vodafone Deutschland	Klimaschutzstrategie verankert
CR-Strategie der Vodafone Group	Konkretisierung der CR-Strategie in drei Säulen	Stakeholderdialoge zum Klima- und Jugendschutz	Systematischer Stakeholderdialog
	Beschluss der Geschäftsführung zur CR-Strategie		Corporate Volunteering-Programm implementiert





# 25.

Oktober 2006: Bei der bundesweiten Prämierungsveranstaltung im Rahmen des Projekts „Jugend denkt Zukunft“ mit dabei: Annette Schavan, Bundesministerin für Bildung und Forschung und Thomas Ellerbeck, Vodafone-Direktor Unternehmenskommunikation und Politik.

## Veränderung als Chance

**Sich immer wieder neu erfinden. Das ist in Zeiten raschen Wandels eine wichtige Fähigkeit von Menschen, Unternehmen und ganzen Gesellschaften.**

„Gemeinsam aktiv den Wandel gestalten“: Mit diesen Worten beschreibt Vodafone-CEO Friedrich Jossen die aktuelle Herausforderung. Denn nur wer Veränderungen annimmt und aktiv angeht, kann das Beste daraus machen. Das Programm „Reinvent“, das Anfang 2006 gestartet wurde, ist deshalb mehr als ein Veränderungsprogramm. Wachstum und Umsatz sollen künftig aus der Festnetzsubstitution und der Zunahme des Datenverkehrs erwachsen, was das aktive Mitwirken aller Mitarbeiter erfordert. Gleichzeitig soll das Programm neue Ideen beflügeln und Mitarbeiter für Veränderungen im Unternehmen und für den Wandel in der Gesellschaft befähigen. Es wurde auf Basis breiter Befragungen im Unternehmen und im Umfeld entwickelt und umfasst sechs Bausteine:

- 1 Festnetz erobern
- 2 Nummer Eins im Breitband
- 3 Nummer Eins beim Umsatzwachstum
- 4 Save for Improvement
- 5 Null Fehler zum Kunden
- 6 Das beste Managementteam bilden

Im März 2005 hat Vodafone Deutschland eine Gesamtbetriebsvereinbarung abgeschlossen, die bis zum 31. März 2008 betriebsbedingte Kündigungen ausschließt und die Mitarbeiter gegen wirtschaftliche Nachteile oder Einkommensverlust absichert. Diese Vereinbarung wurde im Berichtszeitraum – trotz deutlich absehbarer Konzentration der bisherigen Aktivitäten – um ein Jahr verlängert bis zum März 2009.

### Veränderung ist auch Weiterentwicklung

Ein wichtiger Bestandteil des Veränderungsprogramms Reinvent war die Zentralisierung von Funktionen in der Technik. Da der standortbezogene Netzausbau im Vergleich zu den Vorjahren nur noch in geringerem Umfang erfolgt, bedarf es in diesem Bereich künftig deutlich weniger Mitarbeiter. Für die rund 450 betroffenen Beschäftigten bot Vodafone neue Möglichkeiten innerhalb des Unternehmens. Viele haben den Schritt in neue Aufgabenfelder gewagt und sind heute oft in ganz anderen Bereichen als in der Technik tätig.

Als Leiter des Veränderungsprozesses betont Klaus Kindler: „Viele Kollegen haben mir im persönlichen Gespräch gesagt, dass sie es gut finden, wie sich Vodafone in dieser doch schwierigen Zeit um sie kümmert.“ Dazu gehört, dass Vodafone allen wechselbereiten Mitarbeitern spezielle Qualifizierungsmaßnahmen anbietet, um sie auf eine neue Stelle vorzubereiten, und selbstverständlich die Umzugskosten übernimmt.

### Unternehmenskultur neu justieren

Was Vodafone bei der Einführung und Umsetzung der „Reinvent-Initiative“ gelernt und erfahren hat, prägt das Unternehmen seither: Unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter wissen, dass Veränderungen auch Chancen bedeuten. Und das Management erlebte, dass eine kritische Hinterfragung von Bestehendem und Selbstverständlichem zu ganz neuen Lösungen führen kann. Schließlich hat Vodafone in diesem – weiterhin andauernden – Veränderungsprozess auch gut erlebbar gemacht, wofür das Unternehmen steht und was es vor allen anderen auszeichnet. Dies lässt sich in drei Punkten zusammenfassen:

- Red:** Wir sind mit Leidenschaft dabei.
- Rock Solid:** Wir sind beständig und zuverlässig.
- Restless:** Wir streben stetig nach immer besseren Ergebnissen.

# 3.

Jugendkunstwettbewerb „Düsseldorf ist ARTig“ von Vodafone Stiftung und Kulturamt Düsseldorf durchgeführt: Jugendliche Künstler realisieren ihre Ideen, 40 Projekte werden beim Festival im März 2007 präsentiert.



## Mitarbeiter-Know-how als Schlüsselfaktor

Auch wenn sich der demografische Wandel immer deutlicher abzeichnet, steht Vodafone Deutschland noch vor keinem akuten Problem: Das Durchschnittsalter unserer Beschäftigten liegt bei 35,4 Jahren. Allerdings spüren auch wir, dass die Zeiten, in denen geburtenstarke Jahrgänge in die Jobs drängten, vorbei sind. Die Aus- und Weiterbildung unserer Mitarbeiter gilt uns deshalb als ein zentraler Schlüssel, um langfristig erfolgreich zu sein. Wir verfolgen dabei zwei Ziele: Veränderungsbereitschaft fördern und gute Kräfte durch beste Bildungschancen an uns binden.

Ein Beispiel dafür ist unser Projekt „Move“, das 2005 gestartet wurde. Es zielt auf potenzielle Führungskräfte und bietet eine gute Grundlage, Talente im Unternehmen zu entdecken. Die Teilnehmer – nach einer Auswahl der Bewerber waren es bei MoveIT im ersten Jahr zwölf Kandidaten – haben ein Jahr lang Zeit zu beweisen, dass eine Führungskraft in ihnen steckt. Auf diesem Weg werden sie nicht alleingelassen: Als Unterstützer der Projekte fungieren Abteilungsleiter, die vorher für diese Aufgabe geschult wurden. Ein ein- bis zweijähriges Traineeprogramm für Absolventen und eine anschließende Festanstellung bietet „Challenger at Vodafone“. Ferner werden im Rahmen des Rotation-Programms gruppenweit Projekte mit drei Monaten Laufzeit ausgeschrieben, für die sich alle Mitarbeiter bewerben können.

Mit Maßnahmen zur besseren Vereinbarkeit von Beruf und Familie wollen wir qualifizierte Frauen – und Männer – langfristig an das Unternehmen binden. Dazu gehören zunächst flexible Arbeitszeitregelungen und Teilzeitangebote. Die sogenannte Elternzeit ist über eine Betriebsvereinbarung festgelegt, die auch Maßnahmen zur zügigen Reintegration vorsieht.

## Vodafone Stiftung Deutschland

Die 2002 gegründete Vodafone Stiftung Deutschland ist vom Unternehmen völlig unabhängig und fokussiert ihr Engagement unter dem Motto „Erkennen. Fördern. Bewegen“ auf die Bereiche Bildung, Soziales und Gesundheit sowie Kunst und Kultur.

Eine wichtige Maßnahme ist das 1999 gestartete Buddy-Projekt, das Schülerinnen und Schülern der Klassenstufen fünf bis zehn hilft, soziale Kompetenzen zu erwerben und auszubauen. Gemäß dem Motto „Aufeinander achten. Füreinander da sein. Miteinander lernen“ stärkt es die Jugendlichen, sodass sie Verantwortung für sich und andere übernehmen und Konflikte konstruktiv lösen können. So engagieren sich Schüler in Praxisprojekten beispielsweise als Paten für jüngere Mitschüler, als Streitschlichter oder als Ansprechpartner für Mitschüler, die schulische oder private Probleme haben. Aggressivem Verhalten und Gewalt wird dadurch der Boden entzogen, auch Mobbing, Sucht und Lernverweigerung können so reduziert werden.

Das Buddy-Projekt, für das die Vodafone Stiftung jährlich fast eine Mio. Euro bereitstellt, wird in Kooperation mit den jeweiligen Kultusministerien landesweit durchgeführt. Inzwischen ist es bereits in fünf Bundesländern offizielles Schulprogramm und erreicht in rund 800 Schulen etwa 400.000 Schülerinnen und Schüler.

Mehr dazu:

[www.vodafone-stiftung.de](http://www.vodafone-stiftung.de)

[www.buddy-ev.de](http://www.buddy-ev.de)

## Veränderung in der Gesellschaft unterstützen

Wer fähig ist dazuzulernen und sich weiterzuentwickeln, kann in Veränderungsprozessen ganz neue Potenziale und Chancen für sich entdecken. Deshalb steht auch auf der gesellschaftspolitischen Agenda von Vodafone ganz oben die Befähigung für den Wandel durch Wissen, Bildung und soziale Kompetenzen.

Wir leisten dies durch Kooperations- und Sponsoringprojekte. Zahlreiche unserer kulturellen und sozialen Aktivitäten beziehen sich auf den Düsseldorfer Raum, wo wir mit rund 6.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern zu den großen Arbeitgebern gehören. Im vergangenen Jahr zählten dazu die Unterstützung der beliebten Düsseldorfer „Jazz Rallye“ und der Eisbahn „Kö on Ice“ sowie die Förderung der Jugendarbeit des Basketballvereins „Düsseldorf Magics“ mit Basketballcamps für Jugendliche zwischen zehn und 17 Jahren.

3



Preise hat die Vodafone Stiftung für Forschung im Juni 2006 verliehen: Der Innovationspreis 2006 ging an Prof. Dr. Dr. Boche von der TU Berlin. Den Förderpreis Natur- und Ingenieurwissenschaften teilen sich Sebastian Caban und Christian Mehlführer. Den Förderpreis Markt- und Kundenorientierung erhielt Rajnish Tiwari.

### Partner für die Zukunft sein

Mit unserer Beteiligung als bundesweiter Partner am Projekt „Jugend denkt Zukunft“, einer Kooperation von Wirtschaft und Schule, wollen wir zur Innovationskultur in Deutschland beitragen und die Lern- und Leistungsbereitschaft der Jugendlichen fördern. So hatten wir 2005 und 2006 Jugendlichen des Düsseldorfer Comenius-Gymnasiums jeweils eine Woche lang die Möglichkeit geboten, sich mit Zukunftsfragen der mobilen Kommunikation auseinanderzusetzen.

Vodafone Deutschland ist darüber hinaus der erste private Partner der „Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder“ zur Förderung der Wissenschaften. Im Rahmen dieses auf fünf Jahre angelegten Programms werden wir die im Oktober 2006 ausgewählten ersten drei deutschen Hochschulen im Rahmen der Förderlinie Zukunftskonzept – Ludwig-Maximilians-Universität München, TU München und TH Karlsruhe – mit modernster Kommunikationsinfrastruktur ausstatten. Im Rahmen unserer Partnerschaft mit den Hochschulen investieren wir einen zweistelligen Millionenbetrag und stellen den Daten- und Sprachverkehr über den gesamten Förderzeitraum hinweg kostenlos zur Verfügung. Gemeinsam mit den Universitäten entwickeln wir zudem Kooperationsprojekte in gemeinsamen Forschergruppen, stiften einen Lehrstuhl und vergeben Graduiertenstipendien. Mit dem Engagement wollen wir einen Beitrag zur Stärkung der internationalen Wettbewerbsfähigkeit deutscher Forschung leisten.

[www.jugend-denkt-zukunft.de](http://www.jugend-denkt-zukunft.de)

### Im Dialog mit der Politik

Notwendige Diskussionen in der Gesellschaft anstoßen wollen wir mit unserem viermal jährlich erscheinenden „Politikdialog“ für Entscheider aus Politik und Verwaltung, Wirtschaft, Medien und Verbänden. Darin beziehen wir Position zu aktuellen Fragen und erläutern Hintergründe und Zusammenhänge der sich rasant entwickelnden Telekommunikationsindustrie.

10

Vollstipendien für das Wintersemester 2006/07 vergab die Vodafone Stiftung Deutschland im Rahmen ihres im Oktober 2006 gestarteten Stipendienprogramms „Vodafone Chancen“ für Studierende mit Migrationshintergrund.

## Handybanking in Entwicklungsländern

Als globales Unternehmen mit Beteiligungen in allen Kontinenten muss die Vodafone Group die wirtschaftlichen und sozialen Auswirkungen der Technologie verstehen. Kenia ist ein ausgezeichnetes Beispiel für einen Markt mit gänzlich anderen Bedürfnissen. Hier arbeitet Vodafone mit dem Joint Venture Safaricom, der Behörde für internationale Entwicklung, der Kommerzbank Afrika und der lokalen Mikrofinanzinitiative Faulu zusammen, um ein Handybanking-System namens MPesa zu testen. Mithilfe von MPesa können Kunden Geld von einem virtuellen Darlehenskonto abheben, indem sie SMS-Anweisungen auf ihrem Handy befolgen. Anschließend wird das Darlehen von einer autorisierten Vertriebsstelle, oftmals ein Geschäft vor Ort, in Bargeld ausgehändigt.

Denn Deutschland und Europa müssen die richtigen Weichen stellen, um langfristig Wettbewerbsfähigkeit und Wohlstand zu sichern. Die Telekommunikationsindustrie, die dabei als Innovationstreiber und Zukunftsbranche eine Schlüsselrolle einnimmt, sollte deshalb auch aktiv auf Veränderungen im gesellschaftlichen Bewusstsein hinwirken.

[www.vodafone.de](http://www.vodafone.de) > Über uns > Unsere Verantwortung

## Zugang zu Kommunikation, Wissen und Bildung

Ein Ziel unseres CR-Programms ist es, mehr Menschen den Zugang zur Kommunikationstechnologie zu bieten. Denn dies ist eine zentrale Voraussetzung für Wissen und Bildung und damit für die Veränderungsfähigkeit einer Gesellschaft. Hierzu engagieren wir uns gruppenweit auf zwei Feldern: Entwicklung eines universell anwendbaren Designs, das mehr Menschen die Mobilfunktechnologie zugänglich macht, sowie Ermöglichung des weltweiten Zugangs zu Finanzdienstleistungen über Mobilfunk.

Um den besten Ansatz für die Lösung von Zugangsproblemen zu finden, haben wir eng mit karitativen Organisationen und Regierungsbehörden zusammengearbeitet. Spezielle Neuentwicklungen im Produktbereich, so fanden wir dabei heraus, sind gar nicht nötig. Am sinnvollsten ist es, bestehende Handys mit Funktionen auszustatten, die den Umgang mit unseren Produkten und Dienstleistungen für jeden Einzelnen erleichtern. Nachdem wir im Mai 2005 zwei neue Geräte mit einfacher Bedienbarkeit auf den Markt brachten, haben wir im vergangenen Geschäftsjahr das „Pocket Web“ für Gehörlose sowie die Prepaid SIM-Karte „mobi“ aufgenommen, die sich mit besonders günstigen Tarifen ins Ausland insbesondere an ethnische Haushalte richtet.



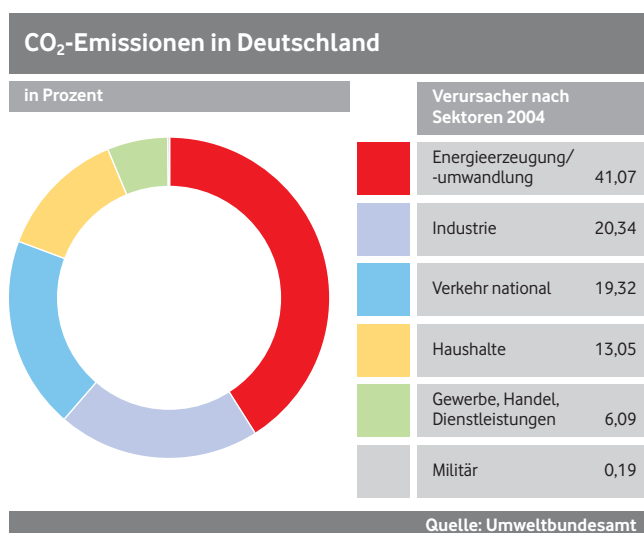
**79%** der deutschen Bevölkerung zählen den Klimawandel zu den größten Problemen der Welt (Allensbach, 2007).

## Herausforderung Klimawandel

**Die Studien des UN-Klimarats zeigen: Der Klimawandel ist Realität und die Zeit drängt. Maßnahmen, ihn in absehbarer Zukunft einzudämmen, müssen jetzt ergriffen werden.**

„Nachhaltiges, langfristiges Handeln ist unsere Maxime auch beim Umweltschutz“, bekräftigt Vodafone-CEO Friedrich Jousen die Entscheidung, sich für die Eindämmung des Klimawandels einzusetzen. Denn auch in Politik, Wirtschaft sowie bei Vodafone besteht kein Zweifel mehr daran, dass sich die Erde aufgrund steigender Kohlendioxidemissionen (CO<sub>2</sub>) stetig erwärmt. Milde Winter und trockene Sommer sind in unseren Breitengraden zu einem für alle spürbaren Indiz des Klimawandels geworden.

Die Studien der britischen Regierung und des Weltklimarats (Intergovernmental Panel on Climate Change) haben zusätzlich deutlich gemacht, dass etwas geschehen muss (siehe Seite 14), um das zentrale Versprechen einer nachhaltigen Entwicklung einzulösen: Nachfolgende Generationen sollen die gleichen Möglichkeiten und Chancen haben.



Im März 2007 einigten sich die europäischen Staats- und Regierungschefs darauf, die CO<sub>2</sub>-Emissionen bis zum Jahr 2020 um mindestens 20 Prozent zu senken. Dazu sollen der Energieverbrauch um 20 Prozent reduziert und der Versorgungsbeitrag der regenerativen Energien auf 20 Prozent gesteigert werden – Ziele, die nun auf politischer Ebene, in den Unternehmen, in den Haushalten und im Verkehrsbereich umgesetzt werden müssen, wozu Vodafone Deutschland seinen Beitrag leisten will.

### Klimaschutz rechnet sich

Der im Oktober 2006 von der britischen Regierung vorgelegte Stern-Report hat es vorgerechnet: Maßnahmen zum Klimaschutz kommen volkswirtschaftlich billiger als die Reparaturmaßnahmen, die bald zu leisten wären, wenn nichts geschieht. Klimaschutz rechnet sich schon heute auch betriebswirtschaftlich, wenn man es richtig macht. Schließlich spart jede Kilowattstunde Strom, die nicht verbraucht wird, bares Geld. Und angesichts stetig steigender Energiepreise wird dies immer augenscheinlicher.

Energieeffizienz gilt damit als „der“ momentan wirksamste Hebel für einen raschen Klimaschutz. Denn die Energieerzeugung aus regenerativen Quellen hat sich in den vergangenen Jahren zwar rasch entwickelt, ist aber noch lange nicht in der Lage, die Rolle der konventionellen Energieträger wie Kohle, Gas und Öl einzunehmen. Gleichzeitig steigen mit fortschreitendem Wachstum und Wohlstand in den Schwellen- und Entwicklungsländern die Energieverbräuche aus fossilen Quellen jährlich um das Zigfache dessen, was noch 1990 verbraucht wurde.

# 20%

lautet das bis 2020 reichende CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel, auf das sich die europäischen Regierungschefs Anfang 2007 verständigt haben.

## Studien zum Klimawandel

**Stern-Report** (Stern Review on the Economics of Climate Change), Oktober 2006:

In seinem für die britische Regierung angefertigten Bericht geht Nicholas Stern, ehemaliger Chefökonom der Weltbank, davon aus, dass sich die Erde in den nächsten 100 Jahren um durchschnittlich bis zu fünf Grad erwärmt – wenn nichts unternommen wird. Sturmfluten, Dürren und Wasserknappheit würden jährlich zwischen fünf und 20 Prozent des weltweiten Bruttoinlandsprodukts auffressen. Es drohen Schäden von insgesamt fast 5,5 Billionen Euro.

## Telekommunikation und Klimaschutz

Eine Studie des Deutschen Instituts für Wirtschaftsforschung errechnete die Kosten des Klimawandels und seiner Folgen für Deutschland: Bis zum Jahr 2050 könnten sich diese auf bis zu 800 Mrd. Euro belaufen. Für den durchschnittlichen Haushalt würde das Mehrausgaben von 250 Euro pro Jahr bedeuten. Die Research-Abteilung der Deutschen Bank nahm darüber hinaus einzelne Branchen unter die Lupe und analysierte deren klimabedingte Chancen und Risiken. Nachteile müssen demnach vor allem die Branchen Energie, Rohstoffe, Verkehr und Tourismus gewärtigen.

Die Telekommunikationsbranche zählt dagegen eher zu den Gewinnern des Klimawandels, doch dafür muss sie sich auch anstrengen. Auf der Habenseite kann sie Produkte und Dienstleistungen verbuchen, die zur Vermeidung von Verkehr und damit zur Senkung von CO<sub>2</sub>-Emissionen beitragen. Auf der Sollseite stehen die Stromverbräuche des Netzes sowie die – bei allen anderen Dienstleistungsunternehmen ebenfalls entstehenden – Emissionen aus Dienstreisen, Mitarbeiterverkehr und Gebäudebetrieb.

Die „Global e-Sustainability Initiative“, der auch die Vodafone Group angehört, hat den Klimaschutz deshalb in ihre zentralen Handlungsfelder aufgenommen. Mit der Substitution von Verkehr kann die Branche auch einiges leisten. Die tatsächlichen Vermeidungseffekte sind aber nur schwer zu berechnen. Beim Online-Kauf oder der telefonischen Bestellung eines Buches entfallen zwar beispielsweise Wege zum Buchladen. Wurden diese aber bisher per Fuß oder Fahrrad zurückgelegt, fällt die Klimabilanz mitnichten besser aus.

Global e-Sustainability Initiative: [www.gesi.org](http://www.gesi.org)

**Vierter Sachstandsbericht des Intergovernmental Panel on Climate Change (IPCC), 2007:**

Teil 1 „Wissenschaftliche Grundlagen“: Laut Bericht besteht in der internationalen Klimaforschung kein Zweifel mehr an der Beschleunigung des Klimawandels. Damit die globale Erderwärmung nicht stärker als zwei Grad gegenüber vorindustriellen Werten ansteige, müsse konsequent gehandelt werden.

Teil 2 „Auswirkungen, Anpassungsstrategien, Verwundbarkeiten“: Der Bericht gibt eine Orientierungshilfe, was als „gefährliche menschliche Eingriffe“ in das Klimasystem zu sehen sei. Er verdeutlicht die Dringlichkeit sowohl von Klimaschutz- als auch von Anpassungsmaßnahmen, um schlimmste Auswirkungen und Risiken zu verringern.

Teil 3 „Verminderung des Klimawandels“: Gemäß dem Bericht müssen die CO<sub>2</sub>-Emissionen bis 2050 im Vergleich zum Jahr 1990 weltweit halbiert werden, um den Klimawandel in einem beherrschbaren Rahmen zu halten. Dazu müssten die erneuerbaren Energien erheblich ausgebaut und die Energieeffizienz massiv gesteigert werden.

[www.ipcc.ch](http://www.ipcc.ch)

## Klimaschonende Produkte

Der Energieverbrauch der Handys ging in den vergangenen Jahren zwar tendenziell zurück. Da sie aber inzwischen immer mehr Funktionen – vom Fotografieren über den E-Mail-Versand bis hin zum Internetzugang – integrieren, werden Einspareffekte leider schnell und vollständig kompensiert.

Videokonferenzen gelten als prominentes Beispiel für die Reduzierung von Verkehr, ebenso Telearbeit von zu Hause aus. Beide Möglichkeiten sind aber noch nicht wirklich weit verbreitet. Bei Videokonferenzen liegt dies nicht nur an einem zögerlichen Verhalten der Nutzer, sondern auch an bislang noch ungenügenden oder für den Einzelnen nicht ganz einfach beherrschbaren Techniken. Für ein verstärktes Angebot an Telearbeitsmöglichkeiten, die auch die Vereinbarkeit von Beruf und Familie unterstützen, plant Vodafone Deutschland noch im Jahr 2007 ein Pilotprojekt. Voraussetzung ist die Ausweitung der sogenannten Vertrauensarbeitszeit auf die tariflichen Mitarbeiter.



**40%** CO<sub>2</sub> will die deutsche Bundesregierung bis 2020 einsparen.

Klaus Milke ist Vorstandsvorsitzender von Germanwatch e.V. Die Nichtregierungsorganisation setzt sich für den Klimaschutz und eine faire Globalisierung ein.

## „Globale Lösungen einfordern“

Interview mit Klaus Milke, Vorstandsvorsitzender Germanwatch e.V.

### Von der Telekommunikationsbranche haben sich viele Dematerialisierungseffekte erhofft. Haben sich diese Erwartungen erfüllt?

Die Erwartungen haben sich noch nicht wirklich erfüllt. Durch den wachsenden Telekommunikationsmarkt und immer mehr Produkte und Dienstleistungen, die damit auch verstärkt Ressourcen und immer mehr Strom verbrauchen, kommt der Informations- und Telekommunikationsbranche eine zunehmende Verantwortung zu. Zwar zählt sie nicht zu den energieintensiven Branchen, doch gibt es in kaum einem anderen Sektor ein derart intensives Wachstum des Stromverbrauchs.

Auch können Mobilfunkunternehmen nicht einfach sagen „Wir selbst stellen doch gar keine Handys her“, wenn sie gleichzeitig diejenigen sind, die dieses auch problematische Rohstoffe nutzende Gerät an die Endverbraucher mit entsprechenden Nutzerverträgen weitergeben.

### Wo sehen Sie bei einem Mobilfunkunternehmen die Verantwortung für den Klimaschutz?

Alle in der Gesellschaft und in der Wirtschaft müssen in den vor uns liegenden Jahren dazu beitragen, dass wir als eines der verantwortlichen Industrieländer es schaffen, bis 2050 den CO<sub>2</sub>-Ausstoß um 80 Prozent zu reduzieren. Ein Mobilfunkunternehmen sollte Energie und Ressourcen sparen, und es kann dazu beitragen, den wichtigen Verkehrssektor im Klimaschutz voranzutreiben, – auch dadurch, dass man ja ein Produkt anbietet, das Mobilität durch einen Anruf oder aber Videokonferenzen erübrigen kann. Außerdem sollte das Unternehmen die Emissionen des eigenen Stromverbrauchs und des eigenen Fuhrparks um mindestens 40 Prozent bis 2020 reduzieren.

### Wo liegen für Vodafone im Bereich Klimaschutz die Herausforderungen? Wo wünschen Sie sich größeres Engagement?

Vodafone ist als Global Player mit seinen Gesellschaften in sehr vielen Ländern der Erde vertreten. Es wäre hilfreich, durch entsprechende Kampagnen auch in anderen Ländern für mehr Klimaschutz zu werben.

Wir brauchen zudem Stimmen aus der Wirtschaft, die ehrgeizige und auch globale Lösungen einfordern. Mit anderen IT-Unternehmen auf den internationalen Klimakonferenzen laut nach verbindlichen, langfristigen und baldigen Rahmensetzungen auf UN-Ebene zu rufen, wäre auf jeden Fall wünschenswert.

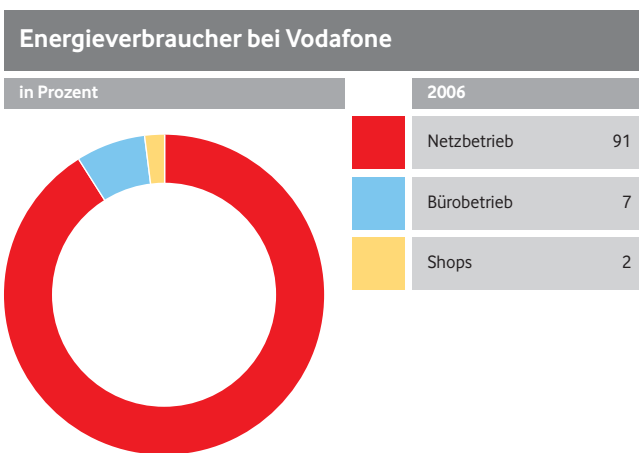
### Vodafone hat ein Energiesparprogramm gestartet. Halten Sie dieses Programm für geeignet, um der Verantwortung für das Klima gerecht zu werden?

Im Sinne der Verwirklichung der ehrgeizigen Pläne der Bundesregierung, bis 2020 die Energieeffizienz um 50 Prozent gegenüber 1990 zu steigern, das heißt jährlich drei Prozent mehr Energieeffizienz zu verwirklichen, sind alle Energiesparmaßnahmen nur zu begrüßen. Auch hier sind eigene Ziele und ein gutes Monitoring sehr sinnvoll.



## Der Beitrag von Vodafone

Vodafone Deutschland nimmt seine Verantwortung für Umwelt und Gesellschaft ernst und will einen substantziellen Beitrag leisten, um die europäischen Ziele zur Energieeffizienz und zur Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes zu erreichen. Aufbauend auf unserem Plan zur Energieeinsparung sind wir dabei, eine Klimaschutzstrategie zu entwickeln. Um die besten Möglichkeiten auszuloten, haben wir im Juni 2007 einen Workshop mit unseren Stakeholdern zum Thema Klimaschutz durchgeführt. Die Ergebnisse fließen in die Strategiearbeit ein.



### Unser Plan für mehr Energieeffizienz

Bereits in den vergangenen Jahren konnte Vodafone Deutschland seine Energieeffizienz deutlich verbessern. Der Löwenanteil davon entfällt auf den Netzbetrieb. Die Netzmodernisierung ist deshalb einer der zentralen Hebel, den CO<sub>2</sub>-Ausstoß zu senken.

## Stakeholderworkshop „Klimaschutz und Energieeffizienz“

Am 20. Juni 2007 fand in der Vodafone-Zentrale in Düsseldorf ein Dialogforum zum Thema Klimaschutz und Energieeffizienz statt. Daran nahmen neben Mitarbeitern von Vodafone Vertreter der Energieagentur Nordrhein-Westfalen, von Germanwatch e.V., Future-Camp GmbH, Bündnis 90/Die Grünen sowie des wissenschaftlichen Instituts für Infrastruktur teil. Vodafone wollte dabei erfahren, welche Anforderungen bezüglich Klimaschutz und Energieeffizienz an das Unternehmen gestellt und wie die bisherigen Maßnahmen beurteilt werden.

**Erwartungen.** Die Teilnehmer erwarten von Vodafone, dass die Klimaschutzziele der Bundesregierung konsequent auf das Unternehmen übertragen werden. Das bedeutet eine Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen bis zum Jahr 2020 um 40 Prozent.

**Bewertung.** Die Netzmodernisierung wird von den Teilnehmern begrüßt. Sie sind sich einig, dass weiteren Potenzialen technische Grenzen gesetzt sind, und plädieren für Maßnahmen im Stromeinkauf und die Umstellung der Energieversorgung auf alternative oder dezentrale Quellen (Fotovoltaik, Brennstoffzelle etc.), um eine weitere Senkung des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes zu erzielen.

**Ausblick.** Eine große Chance für den Klimaschutz sahen die Teilnehmer des Dialogforums darin, dass Vodafone sich als ein relevanter und weltweit tätiger gesellschaftlicher Akteur aktiv für das Erreichen ehrgeiziger Klimaschutzziele einsetze und dadurch ein gesellschaftliches Bewusstsein schaffe. Überdies solle Vodafone den bereits eingeschlagenen Weg von Einzelzielen zu einer sichtbaren Gesamtstrategie weitergehen.

Derzeit modernisiert Vodafone Deutschland sein Mobilfunknetz und unterstützt die Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes mit einem umfangreichen Energiesparprogramm. So plant Vodafone, innerhalb der nächsten zwei Jahre seinen Stromverbrauch zu drosseln und ihn im Geschäftsjahr 2008/2009 trotz weiterem Netzausbau und steigendem Datenverkehr auf das Niveau des Jahres 2005/2006 zu bringen. Die geplante Einsparung entspricht in etwa dem jährlichen Stromverbrauch von rund 30.000 Vier-Personen-Haushalten in Deutschland. Damit verbunden ist eine Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen um mehr als 70.000 Tonnen in diesem Zeitraum.

**28,8%** weniger CO<sub>2</sub> je Megabyte Datentransfer hat Vodafone Deutschland im Geschäftsjahr 2006/2007 gegenüber 2005/2006 emittiert.

Das Vodafone-Energieeinsparprogramm weist unter anderem folgende Schwerpunkte auf:

**Netzmodernisierung:** Alte Mobilfunkstationen werden durch neue energiesparende ersetzt; jeder sechste Standort wird noch im Verlauf des Jahres 2007 modernisiert.

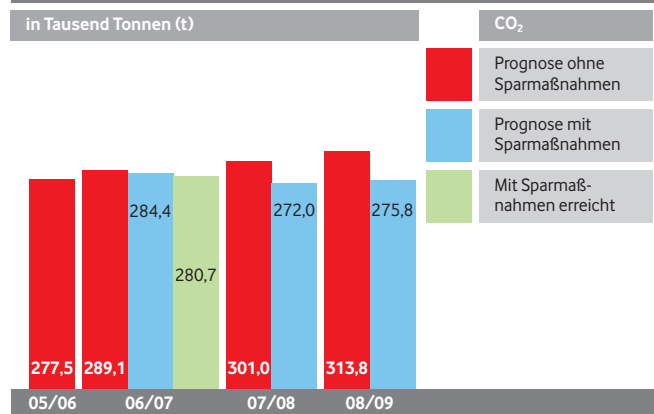
**Einsatz von Freikühlsystemen:** Warme Luft in den Mobilfunkbasisstationen wird nicht mehr aufwendig heruntergekühlt, sondern nach außen abgeführt.

**Neue Stromsparfunktionen von Netzteilen:** Netzteile, die nicht mehr benötigt werden und im Stand-by-Betrieb Strom verbrauchen, werden deaktiviert.

**Teilabschaltungen der Basisstationen:** Über Nacht von 23.00 bis 5.00 Uhr.

Daneben haben wir im Mai 2007 in der Niederlassung Würzburg eine Fotovoltaikanlage in Betrieb genommen. Sie soll Aufschluss geben, ob ähnliche Einrichtungen an anderen Standorten ökologisch sinnvoll und ökonomisch machbar wären.

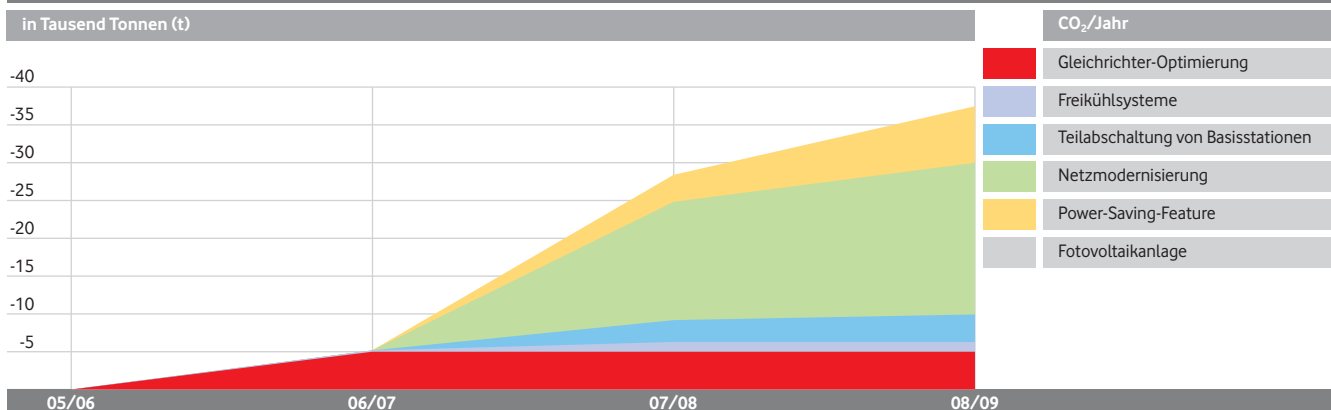
**CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Stromverbrauch Netzbetrieb**

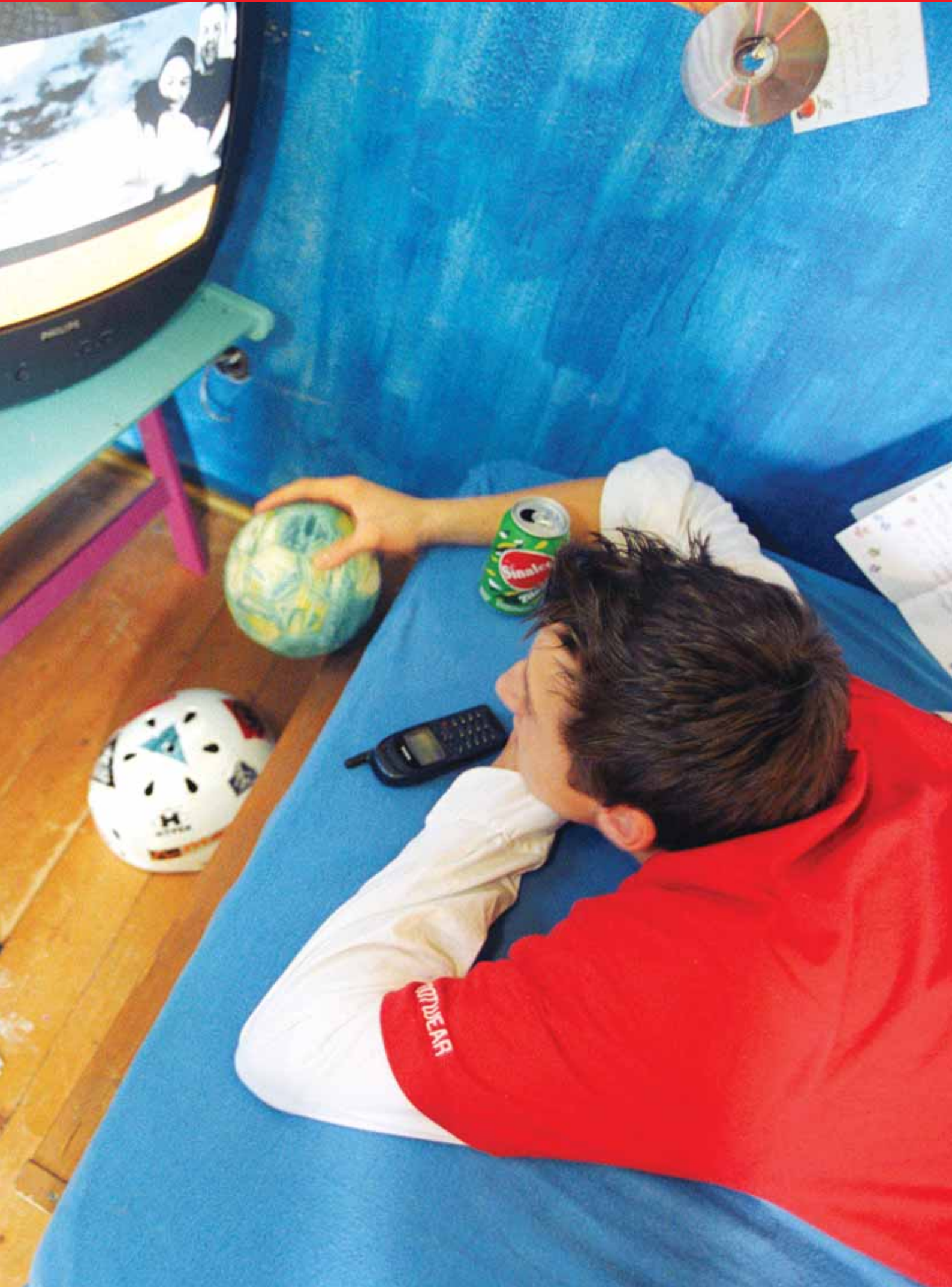


**Unsere Klimaschutzstrategie**

Derzeit erarbeitet Vodafone Deutschland – unter Einbeziehung der Ergebnisse des Dialogforums – eine Klimaschutzstrategie. Zentrale Handlungsfelder werden die Fortführung und Weiterentwicklung der bereits erfolgreich initiierten Energieeffizienzmaßnahmen im Netzbetrieb sowie die weitere Erschließung von Potenzialen auf Kundenseite sein. Darüber hinaus werden Möglichkeiten geprüft, den Stromeinkauf umzustellen. Ein weiteres zentrales Element der Klimaschutzstrategie ist die Entwicklung innovativer Geschäftsmodelle, die Klimaschutz und Mobilfunktechnologie verbinden. Der Strategieentwurf wird zurzeit in der Geschäftsleitung von Vodafone Deutschland abgestimmt. Über die Umsetzung und die Fortschritte werden wir im nächsten Report berichten.

**CO<sub>2</sub>-Reduktionsbeitrag der Energiesparmaßnahmen**





**92%** der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland besitzen ein Handy.

## Herausforderung Jugendschutz

**Für Jugendliche ist mobile Kommunikation heute eine Selbstverständlichkeit. Doch je fitter sie im Umgang mit den neuen Medien werden, desto anfälliger sind sie auch für die Risiken.**

„Der Schutz von Kindern und Jugendlichen ist eine gesamtgesellschaftliche Aufgabe. Wir möchten Partner für die Eltern zum Schutze der Jugend sein“, betont Vodafone-CEO Friedrich Jousen. Denn die Tatsache, dass 92 Prozent der deutschen Jugendlichen zwischen zwölf und 19 Jahren eines oder mehrere Handys besitzen, ist für uns als Unternehmen sehr erfreulich. Doch sind wir dadurch wie andere deutsche Mobilfunkanbieter auch mit zunehmenden Anforderungen und Kritik seitens der Gesellschaft konfrontiert. So wird beispielsweise immer wieder über ein Handy-Verbot an Schulen diskutiert.










### „Happy Slapping“ ist kein Spaß

Schlagzeilen wie „200 Handys mit verbotenen Inhalten in Schule beschlagnahmt“ oder „Per SMS zur Massenschlägerei verabredet“ sind keine Seltenheit mehr. Vor dem Hintergrund einer wachsenden Gewaltbereitschaft bei Jugendlichen wird auch das Handy entsprechend instrumentalisiert: „Happy Slapping“ und „E-Bullying“ zeigen auf, wie sich problematische Verhaltensformen durch das Handy schnell verbreiten. Die harmlos klingenden Begriffe stehen in der Expertensprache für die bewusste Provokation von Gewaltszenen, die gefilmt und versendet werden, sowie die Beleidigung anderer Jugendlicher durch SMS-Nachrichten oder Anrufe. Auch das Einstellen bloßstellender Aufnahmen ohne Wissen der Betroffenen ins Internet gehört dazu.

### Empfang problematischer Inhalte nimmt zu

Da die Alarmsignale vor allem bei männlichen Jugendlichen massiv zunehmen, wirbt die Bundesregierung für medienkompetentere Eltern und hat dazu Anfang 2007 eine Info-Kampagne gestartet. Wie die aktuelle JIM-Studie zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland beweist (siehe Seite 20), ist einem Großteil der befragten Jugendlichen bekannt, dass problematische Inhalte mit dem Handy empfangen oder verschickt werden können. So haben im Durchschnitt bereits 80 Prozent der 12- bis 13-Jährigen und 88 Prozent der 18- bis 19-Jährigen davon gehört. Und 17 Prozent der jungen Handy-nutzer haben schon einmal mitbekommen, dass eine Prügelei mit dem Handy gefilmt wurde. 34 Prozent wissen von Freunden, denen schon einmal problematische Filme aufs Handy geschickt wurden. Nur sieben Prozent der befragten Jugendlichen geben allerdings an, selbst Gewalt- oder Pornofilme mit ihrem Handy empfangen zu haben.

### Bedeutung der Handy-Funktionen

in Prozent	Häufigkeit der Nennungen unter 12- bis 13-Jährigen:
	SMS 84
	Telefonieren 82
	Fotos machen 41
	Musik hören 19
	Uhr nutzen 15
	Spiele 14
	Videos filmen 6
	Datenaustausch 5
	Radio hören 5

Quelle: JIM-Studie 2006

# 17%

der jungen Handynutzer haben schon einmal mitbekommen, dass eine Prügelei mit dem Handy gefilmt wurde.

Das „Simsen“ ist bei Jugendlichen aller Altersgruppen die beliebteste Form der mobilen Kommunikation.



## Vor allem ein gesellschaftliches Problem

Nach Ergebnissen der JIM-Studie kursieren solche Handy-Videos zwar in allen Bildungsschichten, bei Jugendlichen mit geringer formaler Bildung aber deutlich häufiger. So hat jeder zehnte Gymnasiast, aber bereits jeder vierte Hauptschüler schon einmal das Filmen von Schlägereien beobachtet. Fred Schell, Direktor des JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, kommt in seiner Studie zu dem Schluss: „Gewalt und Pornografie, auch die, die über das Handy transportiert wird, ist in erster Linie ein gesellschaftliches Problem.“ Er hält den Ausbau von unterstützenden Angeboten für Jugendliche, insbesondere für die problembeladenen Gruppen, deshalb für unerlässlich.

## Ausgewählte Studien

„Jugend und Geld 2005 – eine empirische Untersuchung über den Umgang von 10- bis 17-jährigen Kindern und Jugendlichen mit Geld“ (IJF Institut für Jugendforschung im Auftrag der SCHUFA und in Kooperation mit BITKOM und VATM).

Download: [www.bitkom.org](http://www.bitkom.org)

„JIM-Studie 2006: Jugend, Information und (Multi-) Media. Basisuntersuchung zum Medienumgang 12- bis 19-Jähriger in Deutschland“ (Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest).

Download: [www.mpfs.de](http://www.mpfs.de)

„Jugendmedium Handy: Motive und Problemlagen im Zusammenhang mit der Nutzung gewalthaltiger und pornografischer Inhalte“ (Fred Schell, JFF – Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis, 2006).

Download:

[www.jff.de/dateien/Motive\\_und\\_Problemlagen.pdf](http://www.jff.de/dateien/Motive_und_Problemlagen.pdf)

## Informationen zum Jugendschutz

Stelle für Jugendschutz in Telemedien:  
[www.jugendschutz.net](http://www.jugendschutz.net)

Kommission für Jugendmedienschutz (KJM):  
[www.kjm-online.de](http://www.kjm-online.de)

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik:  
[www.bsi-fuer-buerger.de](http://www.bsi-fuer-buerger.de)

Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM): [www.fsm.de](http://www.fsm.de)

Medienkompetenz-Netzwerk NRW (Mekonet):  
[www.mekonet.de](http://www.mekonet.de)

Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis (JFF): [www.jff.de](http://www.jff.de)

## Kaum Verschuldung durch Handys

Vergleichsweise gut erforscht ist inzwischen die Verschuldungsproblematik. Wie eine repräsentative Umfrage des Berliner Meinungsforschungsinstituts forsa im Jahr 2004 ergab, wittern 88 Prozent der Deutschen, wenn Jugendliche regelmäßig zum Handy greifen, die Gefahr, sie könnten sich dadurch verschulden. Inzwischen hat sich aber gezeigt, dass teure Markenkleidung und andere Konsumartikel weit mehr zur Verschuldung Jugendlicher beitragen als Telefonate und SMS-Nachrichten.

Auch die von Vodafone geförderte Studie „Jugend und Geld 2005“ des Branchenverbands BITKOM kam zu dem Schluss: „Insgesamt geben damit die Handyausgaben absolut und von der Höhe der Einnahmen her gesehen kaum Grund zur Besorgnis, dass sich die Kinder und Jugendlichen damit verschulden könnten.“ Eine ebenfalls von Vodafone Deutschland geförderte Promotion zum Finanzmanagement von Jugendlichen ergab, dass statusprägend allein das einmal zu bezahlende Handymodell ist, nicht aber die Dauer oder Häufigkeit von Gesprächen. Downloads sind als Kostenfaktor zu vernachlässigen.

8%

beträgt der Anteil der Handy-  
nutzung an den Gründen für die  
Verschuldung Jugendlicher.

## Selbstverpflichtungen und Maßnahmen

Selbstverpflichtungen sind ein anerkannter Weg, um mit Risiken und Chancen neuer Entwicklungen umzugehen. Denn was über Selbstverpflichtungen der Unternehmen geregelt werden kann, erfordert keine zusätzlichen Gesetze und Verordnungen. Dies liegt sowohl im Interesse der Wirtschaft als auch der Politik. Erfolgreich erprobt ist diese Vorgehensweise im Bereich Mobilfunk durch die Selbstverpflichtung der deutschen Netzbetreiber „Maßnahmen zur Verbesserung von Sicherheit und Verbraucher-, Umwelt- und Gesundheitsschutz, Information und vertrauensbildende Maßnahmen beim Ausbau der Mobilfunknetze“ aus dem Jahr 2001.

### Europäische Vereinbarung zum Jugendschutz

Um den Jugendschutz zu forcieren, unterzeichneten 15 europäische Mobilfunk- und Inhaltenanbieter, darunter Vodafone, im Februar 2007 eine Vereinbarung: Die Unternehmen wollen innerhalb eines Jahres eine „Schwarze Liste“ für jugendgefährdende Inhalte erstellen und Minderjährigen den Zugang zu diesen Diensten erschweren. Zudem wollen sie Eltern und Kinder mit Werbekampagnen auf Gefahren hinweisen. Die Vereinbarung war unter Vermittlung der Europäischen Kommission zustande gekommen und berücksichtigt die bis dato veröffentlichten Ergebnisse aus den Konsultationen der Kommission zum Thema Sicherheit von Kindern bei der Nutzung von Mobiltelefonen. Die Medienkommissarin der Europäischen Union, Viviane Reding, rief alle Internetanbieter auf, sich dem positiven Vorbild der Mobilfunkunternehmen anzuschließen.

### Verhaltenskodex deutscher Anbieter

Bereits im Juni 2005 haben sich alle Mobilfunkanbieter Deutschlands in einem gemeinsamen Verhaltenskodex dazu bekannt, Kinder und Jugendliche vor entwicklungsgefährdenden und -beeinträchtigenden mobilen Informations- und Kommunikationsangeboten zu schützen. Der Verhaltenskodex beschreibt gemeinsame Standards, mit denen die Mobil-

funkanbieter dafür Sorge tragen, dass solche Inhalte von Kindern und Jugendlichen üblicherweise nicht wahrgenommen werden. Er regelt außerdem die mobile Nutzung von Chatrooms und den Download von Filmen und Spielen im Hinblick auf den Jugendschutz sowie die Einsetzung von Jugendschutzbeauftragten.

### Initiative „Ein Netz für Kinder“

Im Mai 2007 haben die Bundesregierung und die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) gemeinsam die Initiative „Ein Netz für Kinder“ ins Leben gerufen. Daran als Gründungsmitglieder beteiligt sind sowohl Vodafone Deutschland als auch die Festnetztochter Arcor. Ziel ist es, einen sicheren Surfraum für Kinder im Internet zu entwickeln. Basis hierfür ist eine Zugangs- und Suchfunktion, die derzeit erarbeitet wird.

### Verhaltenskodex für Mehrwertdienste

Um das Vertrauen der Verbraucher in neue Dienstleistungen zu stärken, hat die Mobilfunkbranche im Juli 2006 zusätzlich einen Verhaltenskodex für Mehrwertdienste aufgestellt. Als freiwillige Selbstverpflichtung legt er branchenweite Richtlinien für das Angebot von Mehrwertdiensten per SMS, MMS oder Online-Angebot fest. Der Kodex sieht vor, dass unter anderem Mobilfunk-Kunden, die ein SMS- oder MMS-Abo abschließen, per „Handshake-SMS“ aufgefordert werden, den Vertragsabschluss noch einmal zu bestätigen. Kennwörter für Bestellungen und Abbestellungen des Dienstes müssen anbieterübergreifend identisch und die Preise für einen Dienst bis auf zwei Stellen nach dem Komma ausgewiesen sein.

## Spezielle Jugend-Tarife

**Vodafone Studententarif.** Im Dezember 2005 wurde er ausgeweitet auf Auszubildende, Grund- und Zivildienstleistende sowie auf Menschen, die ein freiwilliges soziales Jahr absolvieren.

**CallYa-Juniorkarte.** Die wiederaufladbare CallYa-Juniorkarte bietet volle Kostenkontrolle, günstige SMS-Preise, kostenlose Anrufe von der Hauptkarte und hat teure Sondernummern automatisch gesperrt. Zusätzlich ist die Sperrung des mobilen Internetzugangs möglich sowie von Telefonaten ins Ausland.



Das Dialogforum „Jugendschutz und Mobilfunk“ bot im Juni 2007 Vodafone-Mitarbeitern und Vertretern von Schulen und Initiativen die Möglichkeit, Erwartungen und Erfahrungen auszutauschen.



## Dialogforum „Jugendschutz und Mobilfunk“

Am 6. Juni 2007 trafen sich in der Düsseldorfer Zentrale Mitarbeiter von Vodafone mit Vertretern der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen, des Düsseldorfer Comenius-Gymnasiums, der Gifhorner Alfred-Teves-Schule sowie von handysektor.de und jugendschutz.net. Die Ergebnisse der Diskussion:

**Erwartungen.** Vodafone sollte sich in zwei Bereichen engagieren: bei technisch möglichen Nutzungsbeschränkungen für Handys und bei der Entwicklung der Medienkompetenz von Jugendlichen wie von Eltern und Pädagogen. Die Teilnehmer waren sich einig, dass eine anbieterseitige Reglementierung allein noch nicht zum „mündigen“ Umgang der Jugendlichen mit den Angeboten führt. Vodafone solle daher die reflektierte Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten und Risiken seiner Services fördern.

**Maßnahmen.** Die bestehenden Sicherheitsmaßnahmen bei Vodafone gelten den Teilnehmern als Benchmark der Branche. Doch wünschen sie eine gebündeltere Darstellung der Sperr- und Filteroptionen sowie eine einfachere Installation der diversen Sperrmöglichkeiten. Außerdem sollte Vodafone das Thema Jugendschutz auch im User-Bereich des Internets darstellen. Für die Ansprache der Eltern müssten zudem vermehrt konventionelle Medien genutzt werden, um diese besser als bisher zu erreichen.

**Ausblick.** Ein gemeinsames Projekt wurde mit der Alfred-Teves-Schule vereinbart: Deren Schüler-AG „Saubere Handys“ sowie Experten von jugendschutz.net werden den Eltern-Ratgeber von Vodafone prüfen und mit dem Feedback die Aktualisierung für die zweite Auflage unterstützen.

können die Sperre nur durch einen Anruf bei der CallYa-Hotline und unter Vorlage (Fax, Zusendung einer Kopie) ihres Personalausweises aufheben lassen.

**Runder Tisch Mainz:** Vodafone Deutschland hat auf Einladung des Landes Rheinland-Pfalz am Runden Tisch Mainz teilgenommen, um Themen des Kinder- und Jugendschutzes zu diskutieren und mögliche Verbesserungen zu erörtern. Die Ergebnisse werden im Spätsommer der Öffentlichkeit vorgestellt. Über die vereinbarten Maßnahmen berichten wir im nächsten CR-Report.

## Aktivitäten von Vodafone

**Sicheres Handy:** Den Austausch jugendgefährdender Inhalte unter mobilen Geräten zu unterbinden, wird vielfach gefordert. Gemeinsam mit dem Handy-Hersteller Samsung kommt Vodafone dieser Forderung als weltweit erster Mobilfunkanbieter nach: Die „Vodafone-Jugendschutz-Initiative“ zielt darauf ab, mit einem einfachen und sicheren Verfahren per SMS die Bluetooth-Schnittstelle zu sperren und damit die kostenlose Übertragung von Bildern und Videos zu verhindern (in Abhängigkeit vom Handymodell ist künftig auch die Infrarotschnittstelle sperrbar).

Die Funktion ist ab August 2007 auf zwei attraktiven Samsung-Handys kostenlos vorinstalliert. Um eine größtmögliche Wirksamkeit zu erzielen, hat Vodafone alle Netzbetreiber und Handyhersteller eingeladen, sich dieser Initiative anzuschließen, und stellt hierfür die vom Unternehmen entwickelte Technologie kostenlos zur Verfügung.

**Sperrfunktion und Zugangskontrolle:** Als erstes Mobilfunkunternehmen hat Vodafone eine automatische Sperre von Erwachseneninhalten im Vodafone live!-Portal eingerichtet. Die Inhalte sind nur mittels einer PIN zugänglich, die im Portal, auf der Webseite oder an der Kunden-Hotline unter Angabe des Kundenkennwortes beantragt werden kann und den Kunden per SMS zugeht. Erhältlich ist die PIN nur für Vertragskunden, die somit über 18 Jahre alt sind. Dieses „Altersverifikationssystem (AVS)“ wurde von der Kommission für Jugendmedienschutz (KJM) geprüft.

Darüber hinaus gibt es die Möglichkeit, Inhalte des Vodafone-live!-Portals, die erst ab 16 Jahren geeignet sind, sperren zu lassen. Diese Sperre kann für jeden Vertrag auf der Webseite, im Vodafone-Live!-Portal und bei der Kunden-Hotline eingerichtet werden. Eine Aufhebung der Sperre ist nur mit dem persönlichen Kundenkennwort möglich. Prepaidkunden



**Markus Bußmann unterrichtet am Düsseldorfer Comenius-Gymnasium die Fächer Geschichte und Sozialwissenschaften. Er engagiert sich für das Projekt „Jugend denkt Zukunft“, an dem auch Vodafone Deutschland teilnimmt.**

## „Vorkommnisse nicht unter den Tisch kehren“

Interview mit Markus Bußmann, Städtisches Comenius-Gymnasium Düsseldorf

### Die allermeisten Schüler besitzen heute ein eigenes Handy. Wie wirkt sich dies auf den Schulalltag aus?

Zu wesentlichen Unterrichtsstörungen durch Handys kommt es nicht. Natürlich muss das Handy-Nutzungsverbot gelegentlich durchgesetzt werden, etwa wenn es doch im Unterricht klingelt. Aber diese Fälle sind eher selten. Eine gewisse Beeinträchtigung durch Handys gibt es dagegen manchmal auf Klassenfahrten. Diese sollen die Klassengemeinschaft stärken, Handys beeinträchtigen aber möglicherweise die gewünschte pädagogische Wirkung. Ein Extrembeispiel: Ein verwöhntes Kind ruft mehrfach bei den Eltern an und beklagt sich, wie schrecklich das Essen sei; die besorgten Eltern holen ihr Kind umgehend ab. Hier wäre auch ein entsprechend umgesetztes „Handy-Verbot“ wünschenswert.

### Wie weit verbreitet ist Ihrer Erfahrung nach die Weitergabe nicht altersgemäßer Inhalte?

Es ist schwer, die Weitergabe problematischer Inhalte zu quantifizieren, da dies natürlich heimlich geschieht. An unserer Schule sind bisher nur Einzelfälle vorgekommen. Vermutlich gibt es keine Schule, an der nicht schon einmal ein Schüler einem anderen etwas aufs Handy gespielt hat, was nicht altersgemäß war. Dass dies aber jeder zweite Schüler tut, halte ich für eine Übertreibung. Ob es sich dabei nur um pubertäre Begleiterscheinungen oder um tatsächliche Verrohung handelt, hängt vom familiären und sozialen Umgang der Schüler ab. Am Comenius-Gymnasium haben wir freilich mit weniger sozial auffälligen Schülern zu tun, als dies im Durchschnitt der Fall sein dürfte. Vonseiten der Schule ist es wichtig, dass solche Vorkommnisse nicht unter den Tisch gekehrt werden. Dies käme einer stillschweigenden Duldung gleich.

### Welche Bedeutung hat der verantwortungsbewusste Umgang mit dem Handy im Unterricht?

In der Mittelstufe wird die Verschuldungsproblematik auch am Beispiel „Kostenfalle Handy“ behandelt, die medienpädagogische Dimension fehlt im Unterricht aber noch weitgehend. „Medienerziehung“ konzentriert sich nach wie vor auf die herkömmlichen Medien. Wenn es um „neue Medien“ geht, steht das Internet im Mittelpunkt und nicht das Handy.

Unterricht kann der rasanten technologischen Entwicklung kaum gerecht werden, weil die Technologien selbst noch kaum Einzug in die Schulklassen gehalten haben. Unsere mediale Ausstattung wurde in den letzten Jahren zwar stark verbessert, erstreckt sich aber primär auf den PC-Bereich. Trotz fortschreitenden Zusammenwachsens von Mobilfunk und Internet wird das Handy technologisch in der Schule heute praktisch nicht genutzt. Im Rahmen des Projektes „Jugend denkt Zukunft“ haben die Schüler Zukunftsszenarien entwickelt, wie man das Handy sinnvoll in den Unterricht einbeziehen könnte, beispielsweise als Datenträger oder Vokabeltrainer. Auch der aktuelle Vertretungsplan könnte den Schülern zukünftig auf das Handy übermittelt werden.

### Wo sehen Sie hier die Verantwortung von Vodafone, um Kinder und Jugendliche zu schützen?

Verantwortungsvoller Umgang mit jungen Mobilfunknutzern bedeutet natürlich vor allem, den Schutz vor nicht jugendgerechten Inhalten zu gewährleisten. Darüber hinaus ist es wünschenswert, dass Mobilfunkanbieter aktiv medienpädagogisch mitarbeiten und Schülern einen verantwortungsbewussten Umgang mit dem Handy vermitteln. Konkret auf unsere Schule bezogen wäre es schön, wenn sich Vodafone weiterhin im Projekt „Jugend denkt Zukunft“ engagiert, damit Schüler sowohl etwas über neue Technologien als auch über unternehmerisches Handeln lernen können. Vielleicht ließen sich ja künftig einige Ideen der Schüler zumindest in einer Pilotphase einmal umsetzen.

# Daten und Ziele

Die Vodafone Group setzt auf Transparenz und Vergleichbarkeit ihrer Auswirkungen auf Umwelt und Gesellschaft. Seit mehreren Jahren sorgt ein Berichtssystem dafür, die Informationen aus den Landesgesellschaften für den Konzernbericht zu konsolidieren. Gleichzeitig legt die Vodafone Group großen Wert darauf, dass die Landesgesellschaften ihre Leistungen in eigenen Berichten darstellen.

Zur besseren Vergleichbarkeit orientiert sich der vorliegende Bericht an den Leitlinien der Global Reporting Initiative (GRI). Im Interesse einer lesbaren Darstellung haben wir allerdings versucht, Anforderungen zu bündeln. So sind das Organisationsprofil und die grundsätzliche Herangehensweise an Fragen der Nachhaltigkeit auf den Seiten 4 bis 7 dargestellt. Dazu gehören vor allem auch die umfassenden Politiken, die bei der Vodafone Group für zentrale Verantwortungsbereiche in Kraft gesetzt wurden.

Auf den nachfolgenden Seiten stellen wir dar, wie wir zu deren Umsetzung beitragen. Verstöße gegen Gesetze oder rechtliche Bestimmungen waren im Berichtszeitraum 2006/2007 nicht zu verzeichnen.

## Notfallrettung

Zur weiteren Verbesserung der Notfallrettung unterstützt Vodafone Deutschland zusammen mit anderen Mobilfunkanbietern die Initiative „Deutschland registriert sich“ der Björn Steiger Stiftung. Mithilfe eines neuen Handy-Ortungssystems können eingehende Notrufe von registrierten Handynutzern noch schneller lokalisiert werden. Vodafone hat sich dieser Initiative Anfang des Jahres 2007 angeschlossen und in allen Filialen und Partneragenturen eine kostenlose Registrierung angeboten, unabhängig vom Netzbetreiber. Insgesamt beteiligen sich bislang 630.000 Menschen an dieser Aktion.

<https://www.steiger-stiftung.de>

## Wirtschaftliche Entwicklung

Mit dem Programm „ReInvent“ stellt sich Vodafone dem verschärften Wettbewerb in der Mobilfunkbranche. Wachstum und Umsatz sollen zukünftig aus der Festnetzsubstitution und der Zunahme des Datenverkehrs erwachsen. Das Kapitel „Veränderung als Chance“ (siehe Seite 8) beschreibt die Veränderungsprozesse im Unternehmen.

### Ökonomische Leistung

Vodafone Deutschland erzielte im vergangenen Geschäftsjahr einen Umsatz von 8,03 Mrd. Euro sowie ein Ergebnis (EBITDA) von 3,58 Mrd. Euro. Obwohl 1,6 Mio. neue Kunden gewonnen werden konnten, gingen aufgrund des harten Preiswettbewerbs in der Mobilfunkbranche erstmals in der Unternehmensgeschichte Umsatz und Ergebnis zurück. Der durchschnittliche Umsatz pro Kunde und Monat sank gegenüber dem Vorjahr um neun Prozent auf 21 Euro.

Der Unternehmensgewinn von Vodafone Deutschland wird im Inland versteuert, die Steuerzahlungen beliefen sich im vergangenen Geschäftsjahr auf gut 300 Mio. Euro. Unser „Tax Code of Conduct“ gewährleistet, dass steuerliche Verpflichtungen entsprechend den gesetzlichen Regelungen und mit höchster Transparenz erfüllt werden. Auch als Arbeit- und Auftraggeber ist Vodafone Deutschland ein wichtiger Wirtschaftsfaktor sowohl am Hauptsitz Düsseldorf als auch an den Niederlassungsstandorten. Staatliche Beihilfen oder Subventionen erhält das Unternehmen nicht.

Mobilfunkunternehmen tragen überall in der Welt und so auch in Deutschland zur wirtschaftlichen Prosperität bei: einerseits über die kontinuierlichen Investitionen in die Infrastruktur, andererseits über die Erleichterung und Beschleunigung der Kommunikation. Der Nutzen einer gut ausgebauten Telekommunikationsinfrastruktur geht über wirtschaftliche Aspekte weit hinaus. So ermöglicht das engmaschige deutsche Mobilfunknetz etwa eine rasche Notfallrettung und erfüllt damit auch eine gesellschaftlich wichtige Funktion.

### Ökonomische Kennzahlen im Überblick

	2004/05	2005/06	2006/07
Umsatz in Mrd. Euro	8,3	8,44	8,03
EBITDA in Mrd. Euro	3,9	3,97	3,58
Kunden per 31.3. in Mio.	27,223	29,191	30,818
Durchschnittlicher monatlicher Umsatz pro Kunde in Euro	24,9	23,3	21,2
<b>Verteilung der Wertschöpfung</b>			
An die Mitarbeiter (Löhne, Gehälter, Sozialabgaben) in Mio. Euro	596,0	590,3	641,9
An die Eigentümer* in Mio. Euro	1.238,0	1.357,1	1.086,8

Alle Zahlen mit Ausnahme von \* gemäß IFRS (International Financial Reporting Standards)  
\* gemäß HGB

## Produktverantwortung

Vodafone hat sich in seinen weltweit gültigen „Business Principles“ zur Transparenz im Bereich Kundensicherheit und Kundendaten verpflichtet. Den Standard setzt hierzu die „Vodafone Group Privacy Policy“. Unsere Mitarbeiter schulen wir regelmäßig zu Fragen der Produktverantwortung. Dies reicht von der Information und Aufklärung im Bereich elektromagnetischer Felder über die umweltgerechte Entsorgung von Althandys bis hin zu einem perfekten Kundenservice. Weiterhin setzt die „Responsible Network Deployment Policy“ einen unternehmensübergreifenden Standard für den verantwortungsbewussten Ausbau und Betrieb des Mobilfunknetzes.

### Elektromagnetische Felder

Ein Teil der Bevölkerung ist unsicher über die Wirkungen der elektromagnetischen Strahlung des Mobilfunks. Befürchtungen sind wissenschaftlich allerdings nicht begründbar. So bestätigen regelmäßige Prüfungen durch unabhängige Expertengremien immer wieder, dass bei Einhaltung der gesetzlichen Grenzwerte eine gesundheitliche Beeinträchtigung ausgeschlossen ist. Gleichwohl sieht Vodafone Deutschland es als eine zentrale Aufgabe an, Kunden und Öffentlichkeit über die Wirkung elektromagnetischer Felder (EMF) aufzuklären und auf Sorgen einzugehen. Dazu gehört in erster Linie der intensive Dialog mit den Kommunen und den Menschen vor Ort – beispielsweise bei der Neuerrichtung von Sendemasten. Unsere Erfahrungen sowie Umfragen des Bundesamts für Strahlenschutz zeigen, dass Basisstationen stärker als mobile Endgeräte Besorgnis auslösen.

Den weiteren Ausbau unseres Mobilfunknetzes können wir nur mit der entsprechenden Akzeptanz in der Gesellschaft realisieren. Bereits 2001 haben sich daher die deutschen Mobilfunknetzbetreiber in einer freiwilligen Selbstverpflichtung darauf verständigt, „Maßnahmen zur Verbesserung von Sicherheit und Verbraucher-, Umwelt- und Gesundheitsschutz und vertrauensbildende Maßnahmen beim Ausbau der Mobilfunknetze“ durchzuführen und die Öffentlichkeit besser über den Ausbau des Mobilfunknetzes zu informieren. Die Umsetzung dieser Zusagen wird jährlich extern evaluiert. Dabei wurde in den vergangenen Jahren immer wieder die Erfüllung der Zusagen positiv bewertet. In den vergangenen Jahren war aber auch festgestellt worden, dass bei der Beratung zum Thema Mobilfunk und Gesundheit in den Shops der Mobilfunkanbieter weitere Verbesserungsmöglichkeiten bestehen. Im Berichtsjahr ergriff Vodafone Deutschland deshalb folgende Maßnahmen:

- Das E-Learning-Programm „SAR und Mobilfunk“ steht allen Mitarbeitern auf der Vodafone-internen Lernplattform zur Verfügung.
- Neuauflage des Flyers „Mit Sicherheit mobil telefonieren“ unter dem neuen Titel: „sicher – die wichtigsten Fragen und Antworten zum Thema Handy, Sicherheit und Gesundheit“.
- Auditierung der Vodafone-Shops im Hinblick auf die angebotenen Informationen und Beratungsleistungen zum Thema Mobilfunk und Umwelt.

Da inzwischen alle Netzbetreiber die Bürger ausführlich mithilfe von Broschüren und über das Internet informieren, kommt das vom Informationszentrum Mobilfunk e.V. beauftragte Jahrgutachten 2006 insgesamt zu einer positiven Bilanz und beurteilt die Informationsangebote für die Bürger, Kommunen und Verbraucher als angemessen.

Zur weiteren Aufklärung der aus dem Mobilfunk resultierenden gesundheitlichen Risiken unterstützt Vodafone Deutschland immer wieder Forschungsvorhaben unabhängiger Institute – zuletzt durch eine anteilige Förderung des Deutschen Mobilfunk-Forschungs-Pro-

## Wirkungsweise elektromagnetischer Felder

Mobilfunkwellen befinden sich im elektromagnetischen Spektrum im Bereich der nichtionisierenden Strahlung: Ihre Energie ist zu gering, um Atome und Moleküle in einen elektrisch geladenen Zustand zu versetzen, sie kann aber im menschlichen Körper zum Teil absorbiert und in Wärme umgewandelt werden. Das Maß für die Energieaufnahme des Gewebes wird als „Spezifische Absorptionsrate“ (SAR) bezeichnet, die in Watt pro Kilogramm (W/kg) gemessen wird. Die gültigen Grenzwerte (bei mobilen Endgeräten 2 W/kg) sind so festgelegt, dass sie deutlich unter der Schwelle liegen, bei der gesundheitsrelevante Effekte durch Erwärmung festgestellt wurden. Regelmäßige und unabhängige Prüfung der relevanten Studien der letzten Jahre haben die Zuverlässigkeit der geltenden Grenzwerte immer wieder bestätigt – eine Auffassung, die von der Weltgesundheitsorganisation (WHO), der Internationalen Kommission zum Schutz vor nichtionisierender Strahlung (ICNIRP) und der deutschen Strahlenschutzkommission (SSK) geteilt wird.

gramms, für das die deutschen Mobilfunk-Netzbetreiber insgesamt 8,5 Mio. Euro bereitgestellt haben. Seit 1992 ist Vodafone Deutschland Gründungsmitglied der Forschungsgemeinschaft Funk e.V., die bereits fast zehn Mio. Euro zur Erforschung der Wirkung elektromagnetischer Felder vergeben hat. Umfassende Informationen zum Thema Mobilfunk und Gesundheit stellen wir im Internet und in verschiedenen Broschüren und Flyern zur Verfügung.

Weiterführende Informationen:

Forschungsgemeinschaft Funk e.V.: [www.fgf.de](http://www.fgf.de)

Informationszentrale Mobilfunk (IZMF): [www.izmf.de](http://www.izmf.de)

Vodafone-Broschüren:

Sicherheit im Mobilfunk: Fragen und Antworten

Mobilfunk mit Verantwortung für Menschen und Umwelt

sicher – die wichtigsten Fragen und Antworten zum Thema Handy, Sicherheit und Gesundheit

Download: [www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)

Jahrgutachten 2006 zur Selbstverpflichtung der Mobilfunkbetreiber:

[www.bmu.de](http://www.bmu.de) > Startseite > Themen von A-Z > Strahlenschutz > Downloads

### Werbung

Werbematerial von Vodafone Deutschland wird grundsätzlich mit Blick auf die Einhaltung von Jugendschutzbestimmungen, von Bestimmungen gegen unlauteren Wettbewerb und Vorgaben zur Preistransparenz geprüft und unterliegt der Zustimmung unserer Rechtsabteilung.

Einen Maßstab setzt hier auch die im Juli 2006 von den Unternehmen der Mobilfunkbranche vereinbarte Selbstverpflichtung für Mehrwertdienste. Sie definiert unter anderem die Anforderungen im Bereich Werbung per SMS. Dies betrifft insbesondere die Preistransparenz der Produkte und Dienstleistungen, die von Inhaltenanbietern über die Netze der Mobilfunkbetreiber vertrieben werden. Außerdem soll sie verhindern, dass Endkunden unerwartete SMS/MMS – also Spam-Nachrichten – erhalten.

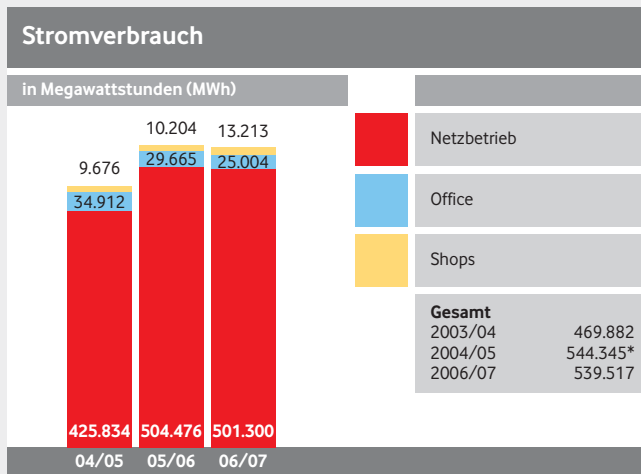
Zur Unterstützung dieses Anliegens veröffentlicht Vodafone Deutschland im Internet eine Liste aller Inhaltenanbieter, die über unser Netz Dienste vertreiben. Anhand der angegebenen Hotlinenummern können Kunden sich gezielt gegen unerwünschte Anbieter wehren.

## Umweltschutz

In unseren „Business Principles“ verpflichten wir uns zu nachhaltigen Geschäftspraktiken und zum Umweltschutz – insbesondere zum sorgfältigen Umgang mit begrenzten Ressourcen, zur Verringerung von Umweltbelastungen und zur Unterstützung von Initiativen, die Umwelt und Gesellschaft nützen. Als zentrale Ziele für das Umweltmanagement von Vodafone Deutschland verfolgen wir die Reduktion des Energieverbrauchs, insbesondere im Netzbetrieb, sowie die Vermeidung und Verwertung von Netztechnikabfällen, IT-Equipment und Tonerkartuschen.

### Energieverbrauch

In den vergangenen Jahren war der Stromverbrauch von Vodafone Deutschland infolge des Netzausbaus kontinuierlich angestiegen. Das Berichtsjahr 2006/2007 brachte die Trendumkehr: Der Stromverbrauch sank im Vergleich zum Vorjahr um ein Prozent. Da 93 Prozent des Energieverbrauchs auf den Netzbetrieb entfallen, verfolgen wir Maßnahmen vorrangig in diesem Bereich. Bereits abgeschlossen ist die Optimierung der Gleichrichter. Diese schalten die zeitlich variierende elektrische Wechselspannung so um, dass eine sogenannte Gleichspannung entsteht. Aus der Optimierung bzw. Deaktivierung von Gleichrichtern ergab sich eine jährliche Energieeinsparung von 10,2 Gigawattstunden (GWh), die 1,5 Mio. Euro entspricht. Weitere Maßnahmen wie die Modernisierung von Kühlungssystemen in der Basisstationstechnik sowie die Teilabschaltung von Basisstationen über Nacht wurden eingeleitet.



\* Im letzten Bericht wurden die Verbräuche für 2005/2006 z.T. fehlerhaft angegeben: Der Verbrauch Netzbetrieb wurde fälschlicherweise mit 553.483 MWh, der Verbrauch Office mit 43.098 MWh sowie der Gesamtverbrauch mit 606.785 MWh angegeben.

## Energiesparprogramm

Vodafone setzt ein umfangreiches Energiesparprogramm zur Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes um. Unter anderem werden folgende Maßnahmen ergriffen:

**Netzmodernisierung.** Alte Mobilfunkbasisstationen werden durch neue energiesparende ausgetauscht. Bis Spätsommer 2007 werden 2.600 Basisstationen oder jeder sechster Standort modernisiert. Allein durch diese Maßnahme erwarten wir Energieeinsparungen von jährlich 27,6 GWh beziehungsweise von vier Mio. Euro Stromkosten.

**Einsatz von Freikühlsystemen.** Warme Luft in den Mobilfunkbasisstationen wird nicht mehr aufwendig heruntergekühlt, sondern nach außen abgeführt. Hier sehen wir ein Einsparpotenzial von 1,6 MWh pro Jahr.

**Neue Stromsparfunktionen von Netzteilen.** Im vierten Quartal 2007 soll das „Power Saving Feature“ für das Ericsson GSM-System eingeführt werden. Freie Sprachkanäle werden bei gleicher Netzverfügbarkeit und Netzqualität automatisch in Stand-by-Modus geschaltet.

### Emissionen

Im Berichtszeitraum hat Vodafone Deutschland 322.500,5 Tonnen (t) klimarelevante Emissionen verursacht. Vom CO<sub>2</sub>-Ausstoß sind dabei 87 Prozent auf den stromintensiven Netzbetrieb zurückzuführen. Um die Menge dieser Treibhausgase zu verringern, wollen wir die CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Stromverbrauch im Netzbetrieb von der übertragenen Datenmenge entkoppeln: Wir haben uns gruppenweit zum Ziel gesetzt, bis 2011 die netzbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen pro Megabyte Datentransfer um 40 Prozent zu senken. Im Berichtsjahr stieg der CO<sub>2</sub>-Ausstoß noch um 1,1 Prozent an – trotz eines leicht verringerten Stromverbrauchs. Der Anstieg der CO<sub>2</sub>-Emissionen geht auf einen veränderten Energiemix bei der Stromproduktion zurück. In den nächsten beiden Jahren ist aufgrund des Energiesparprogramms mit einem verringerten Anstieg der CO<sub>2</sub>-Emissionen zu rechnen. Eine absolute Reduktion ist infolge des weiterhin voranschreitenden Netzausbaus und der mit Zeitverzögerung einsetzenden Wirksamkeit der Energieeffizienzmaßnahmen nicht zu erwarten. Wir sind allerdings zuversichtlich, die absoluten CO<sub>2</sub>-Emissionen im Geschäftsjahr 2008/2009 wieder auf das Niveau von 2005/2006 senken zu können.

Knapp fünf Prozent der CO<sub>2</sub>-Emissionen wurden im Berichtsjahr durch Dienstreisen verursacht. Damit stiegen die verkehrsbedingten CO<sub>2</sub>-Emissionen im Vergleich zum Vorjahr um zehn Prozent an. Bei klimaschädigenden Kälte- und Brandbekämpfungsmitteln konnte dagegen eine Reduktion der Emissionen um 48 Prozent erreicht wer-

### Klimarelevante Emissionen

in t CO<sub>2</sub> bzw. CO<sub>2</sub>-Äquivalenten

	2004/05	2005/06	2006/07
CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Energieverbrauch (Netzbetrieb)	255.139,0	277.661,1	281.082,9
CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Energieverbrauch (Büros)	24.940,6	18.732,3	16.605,1
CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Energieverbrauch (Shops)	6.020,1	5.740,5	8.245,1
CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Dienstreisen	13.464,0	14.045	15.568,5
Emissionen an Kältemitteln*	2.629	1.923	999
Emissionen an Brandbekämpfungsmitteln*	0,033	93	0,027
<b>Gesamtemissionen:</b>	<b>302.192,7</b>	<b>318.195,0</b>	<b>322.500,5</b>

\* In CO<sub>2</sub>-Äquivalenten, berechnet über den GWP-Wert. Der GWP-Wert eines Stoffs gibt sein Treibhauspotenzial relativ zu dem von CO<sub>2</sub> an. Berechnung der GWP-Werte erfolgte entsprechend der EU-Verordnung 842/2006/EG: Bestimmte fluorierte Treibhausgase sowie VO Nr. 842/2006/EG: Bestimmte fluorierte Treibhausgase.

### Eingesetzte Kälte- und Brandbekämpfungsmittel

	2004/05		2005/06		2006/07	
	ODP-Wert (kg FCKW)*	GWP-Wert (t CO <sub>2</sub> )**	ODP-Wert (kg FCKW)	GWP-Wert (t CO <sub>2</sub> )	ODP-Wert (kg FCKW)	GWP-Wert (t CO <sub>2</sub> )
<b>Kältemittel insgesamt</b>	<b>592,8</b>	<b>66.828</b>	<b>539,5</b>	<b>54.207</b>	<b>526,5</b>	<b>57.159</b>
R22 (Stoffgruppe H-FCKW)	592,8	18.323	539,5	16.675	526,5	16.272
R134a (Stoffgruppe H-FKW)	0,0	15.081	0,0	444	0,0	437
R404a (Stoffgruppe H-FKW)	0,0	0	0,0	65	0,0	76
R407c (Stoffgruppe H-FKW)	0,0	32.570	0,0	34.509	0,0	37.555
R410a (Stoffgruppe H-FKW)	0,0	854	0,0	2.514	0,0	2.820
<b>Brandbekämpfungsmittel insgesamt</b>	<b>0,0</b>	<b>5.853</b>	<b>0,0</b>	<b>5.853</b>	<b>0,0</b>	<b>7.056</b>
FM200 (Stoffgruppe H-FKW)	0,0	5.819	0,0	5.819	0,0	7.022
Kohlendioxid	0,0	34	0,0	34	0,0	33
<b>Gesamtsumme</b>	<b>592,8</b>	<b>72.681</b>	<b>539,50</b>	<b>60.060</b>	<b>526,5</b>	<b>64.215</b>

\* Der ODP-Wert (Ozon Depleting Potential) definiert das Ozonabbaupotenzial eines Stoffes relativ zum Fluorchlorkohlenwasserstoff (FCKW) R11, wobei die Wirkung von R11 auf den Ozonabbau auf den Wert 1,0 gesetzt wird. Der Berechnung zugrunde gelegt wurden die ODP-Faktoren der EU-Verordnung 2037/2000/EG; Stoffe, die zum Abbau der Ozonschicht führen, Anhang I.

\*\* GWP 100a (Global Warming Potential), kurz der GWP-Wert, definiert die Klimawirksamkeit eines Stoffes relativ zu CO<sub>2</sub>, wobei die Wirkung von Kohlendioxid über einen Zeitraum von 100 Jahren auf den Wert 1,0 gesetzt wird. Der GWP-Wert eines Stoffes gibt somit sein Treibhauspotenzial relativ zum Treibhauspotenzial von CO<sub>2</sub> an.

den. Ihr Anteil an den von Vodafone Deutschland verursachten Treibhausgasemissionen liegt damit bei nur noch 0,3 Prozent gegenüber 0,6 Prozent im Vorjahr.

In der Klimatechnik der Bürogebäude, der Vodafone-Shops und des Netzbetriebs setzt Vodafone Deutschland unterschiedliche halogenierte Kältemittel ein. Da chlorhaltige Kältemittel eine Gefahr für die Ozonschicht darstellen, bemüht sich Vodafone, diese gegen chlorfreie auszutauschen. Als einziges chlorhaltiges Kältemittel wird Chlordifluormethan (R22) eingesetzt. Im Berichtszeitraum ging die eingesetzte Menge R22 um 2,4 Prozent zurück, seit 2003 wurde eine Halbierung erreicht. Die verwendeten chlorfreien Kältemittel haben kein ozonschädigendes Potenzial. Von den eingesetzten 36,1 t Kältemittel sind knapp 74 Prozent für die Ozonschicht unschädlich.

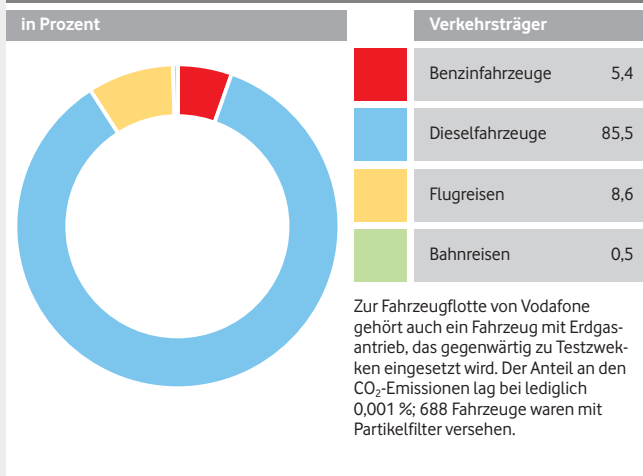
Gefahr für die Ozonschicht besteht nur, wenn ein chlorhaltiges Kältemittel freigesetzt wird. Durch undichte Kälteanlagen sind im Berichtszeitraum 196 Kilogramm (kg) R22 emittiert worden. Dies entspricht dem Ozonabbaupotenzial von elf kg des Referenzstoffs Fluorchlorkohlenwasserstoff (FCKW). Die Emissionen ozonschädigender Substanzen konnten im Vergleich zum Vorjahreszeitraum somit um 20 Prozent gesenkt werden.

### Abfälle

Seit September 2002 bietet Vodafone Deutschland seinen Kunden die Möglichkeit, alte Handys umweltgerecht entsorgen zu lassen. Im letzten Bericht war als Ziel genannt, in Deutschland mindestens 100.000 Altgeräte einzusammeln. Mit 110.875 abgegebenen Altgeräten wurde das Ziel im Berichtszeitraum eindeutig erreicht. Dieser Erfolg ist uns mithilfe einer Kampagne zum Handyrecycling geglückt. Unter anderem wurden in allen Vodafone-Shops Recycling-Säulen aufgestellt.

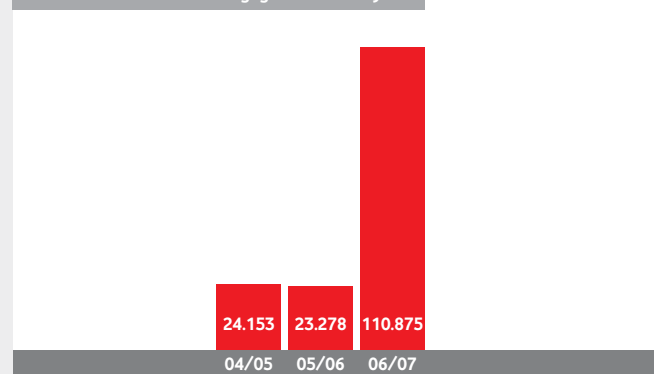
Die zurückgegebenen Handys werden nach eingehender technischer Prüfung durch unseren Recyclingpartner Greener Solutions entweder zerlegt und verwertet oder – falls noch funktionstüchtig – für die Wiederverwendung aufbereitet und in Schwellenländer abgegeben. Letzteres war bei 35 Prozent der Geräte, die im Rahmen des Recyclingprogramms abgegeben wurden, möglich. Die Gesamtmenge der nach den Anforderungen des Elektro- und Elektronikgerätegesetzes (ElektroG) recycelten Mobiltelefone betrug 12,6 t.

### CO<sub>2</sub>-Emissionen durch Dienstfahrten



### Verlauf Handy-Recycling

Anzahl der bei Vodafone abgegebenen Handys





## Handy-Recycling für gemeinnützige Zwecke

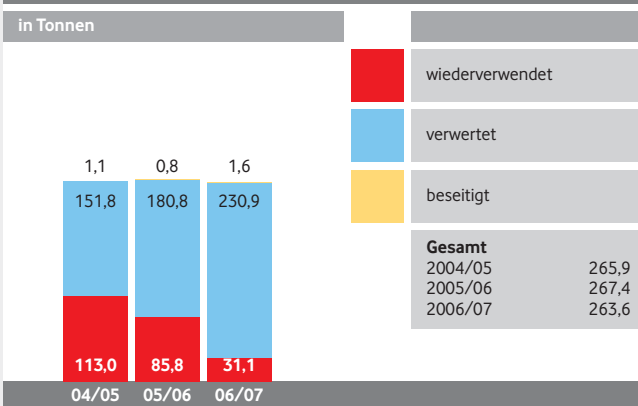
Für jedes abgegebene Handy spendet Vodafone Deutschland seit 2002 an gemeinnützige Organisationen, die sich für vielfältige Projekte in den Bereichen Umwelt und Soziales einsetzen. Unterstützt werden unter anderem die Initiative „OffRoadKids“, die sich um Straßenkinder in Deutschland kümmert, der Naturschutzbund Deutschland (NABU) und der RTL-Spendenmarathon. Insgesamt sind im Rahmen der Recycling-Initiative im Berichtszeitraum rund 350.000 Euro zusammengekommen. Seit Beginn unserer Recycling-Programme – neben Althandys werden auch leere Tonerkartuschen und nicht mehr verwendetes EDV-Equipment gesammelt – haben wir über eine Mio. Euro für gemeinnützige Organisationen gespendet.

Am 16. Februar 2006 starteten der NABU und Vodafone Deutschland die Handyrecycling-Kampagne „Handys für die Havel“. Der NABU will damit zur Renaturierung des Unterlaufs der Havel in Brandenburg und Sachsen-Anhalt beitragen. Nach einem Jahr fällt die Zwischenbilanz sehr positiv aus: Bis zum 15. Februar 2007 wurden im Rahmen der Aktion rund 9.800 Handys bei regionalen NABU-Gruppen zurückgegeben. Dem NABU brachte dies 48.000 Euro für die Renaturierung der unteren Havel ein.

## Netztechnikabfälle

Netztechnikabfälle entstehen durch den Austausch alter oder defekter Netztechnik. Die Gesamtmenge der entsorgten Netzabfälle ist im Vergleich zum Vorjahr um 1,6 Prozent gesunken. Deutlich zurückgegangen ist der Anteil der wiederverwendbaren Netztechnik, und zwar um 19,3 Prozentpunkte auf nur noch 11,8 Prozent.

### Elektroschrott Netztechnik



## Besonders überwachungsbedürftige Abfälle

Erstmals stellen wir die Menge der sogenannten gefährlichen Abfälle gesondert dar. Darunter fallen beispielsweise Bleibatterien, Kälte- und Brandbekämpfungsmittel und Altöl. In Summe betragen diese Abfälle im Berichtszeitraum 109 t, wovon alleine Bleibatterien, welche die sichere Energieversorgung im Fall eines Stromausfalls gewährleisten, 104 t ausmachen. 96 Prozent dieser Abfälle konnten verwertet werden.

## Sonstige Abfälle

Hierzu gehören leere Tonerkartuschen und nicht mehr benötigtes EDV-Equipment. 69 Prozent der leeren Tonerkartuschen und Tintenpatronen waren noch verwendbar und wurden von unserem Recyclingpartner wiederbefüllt und verkauft. Die Zahl der ausgemusterten Rechner, Monitore, Drucker und anderer IT-Komponenten stieg um 15 Prozent. Funktionsfähiges EDV-Equipment wird durch unseren Recyclingpartner ebenfalls weiterverkauft. Die Spendensumme aus unseren Recyclingprogrammen für Tonerkartuschen und EDV-Equipment betrug im Berichtsjahr 6.385 Euro.

### Sonstige Abfälle

	2004/05	2005/06	2006/07
Anzahl recycelter Tonerkartuschen und Tintenpatronen	6.807	5.235	5.811
Anzahl recycelten EDV-Equipments	2.695	2.170	2.490
Gefährliche Abfälle Netztechnik (t)	134	176,7	109,4

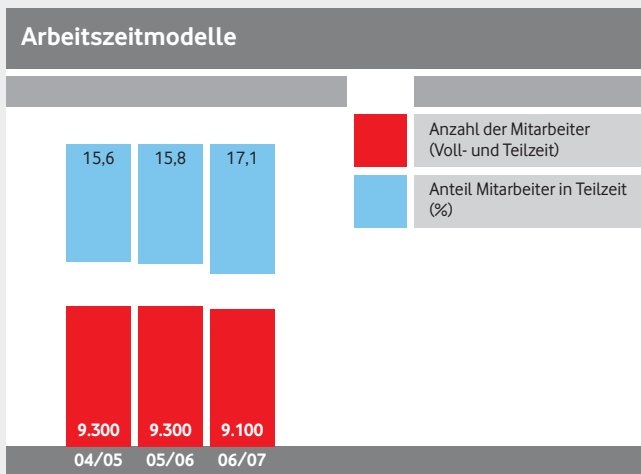
## Mitarbeiter

Ein zentrales Anliegen von Vodafone ist die Verantwortung für die Mitarbeiter. Denn bei einem Dienstleistungsunternehmen hängen die Leistung und der Erfolg in hohem Maße von der Motivation der Mitarbeiter ab. Zentrale Vodafone-Politiken in diesem Bereich sind die „Health & Safety Policy“ und die „Equal Opportunities Policy“.

Erstere bezieht sich auf die Gesundheit und Sicherheit der Menschen, die bei und für Vodafone arbeiten. Ihre Einhaltung wird regelmäßig überprüft; Vorgaben der Arbeitssicherheit und des Betriebsärztlichen Dienstes sind im Intranet abrufbar und werden kontinuierlich überarbeitet. Mit der „Equal Opportunities Policy“ sind alle Mitarbeiter weltweit gehalten, zu einem positiven Arbeitsklima beizutragen, indem sie mit Kollegen und Kunden jeden Alters, jeden Geschlechts und jeglicher ethnischer Zugehörigkeit respektvoll umgehen.

### Arbeitsumfeld und -bedingungen

Vodafone beschäftigt rund 9.000 Mitarbeiter, davon etwa 17 Prozent in Teilzeit. Im Rahmen von „ReInvent“ wurden im Bereich „Network & Regions“ 450 Stellen abgebaut. Den betroffenen Mitarbeitern bot Vodafone neue Möglichkeiten innerhalb des Unternehmens. Betriebsbedingte Kündigungen wurden mit der am 31. März 2005 geschlossenen Gesamtbetriebsvereinbarung zur Beschäftigungssicherung ausgeschlossen, die zunächst bis 31. März 2008 Gültigkeit besaß und nun bis 31. März 2009 verlängert wurde. Im Durchschnitt sind unsere Mitarbeiter 35,4 Jahre alt.



### Verhältnis zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgeber

Allen Mitarbeitern von Vodafone Deutschland ist es selbstverständlich freigestellt, sich in Gewerkschaften zu organisieren. Ein von allen Arbeitnehmern gewählter Betriebsrat sorgt dafür, dass alle relevanten betrieblichen Entscheidungen, darunter auch jene der Vodafone Group, frühzeitig und umfassend kommuniziert werden. 85 Prozent der Mitarbeiter wurden im Berichtszeitraum nach Tarif bezahlt, 15 Prozent waren außertariflich beschäftigt.

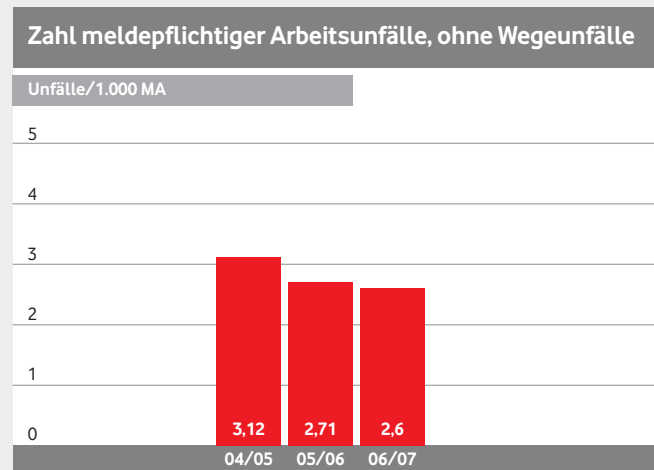
### Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz

Die Zahl der meldepflichtigen Arbeitsunfälle ist im Berichtsjahr weiter gesunken. So wurden vier Prozent weniger Unfälle registriert als im Vorjahreszeitraum. Die Unfallquote sank damit auf 2,6 pro 1.000 Mitarbeiter. Todesfälle gab es keine. Zur weiteren Verbesserung des Arbeitsschutzes soll bis 2009 ein Prozess zur Erfassung, Analyse und Kommunikation von Beinaheunfällen implementiert werden.

Der Arbeits- und Gesundheitsschutz in den Shops soll künftig weiter verbessert werden. Auf der Grundlage von Shopaudits, die im Berichtszeitraum durchgeführt wurden, werden Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeitsplatzergonomie und Unfallvorsorge eingeleitet. Eine Verbesserung erfuhr auch das Arbeitssicherheitskonzept für Vodafone-Baustellen. Hierdurch wird der Sicherheitsstandard bei der Errichtung und beim Umbau von Basisstationen weiter erhöht. Darin einbezogen sind auch die Mitarbeiter von Fremdfirmen, die in unserem Auftrag tätig sind. Das Arbeitssicherheitskonzept beinhaltet unter anderem umfangreiche Schulungen für die Bauleiter der Niederlassungen.

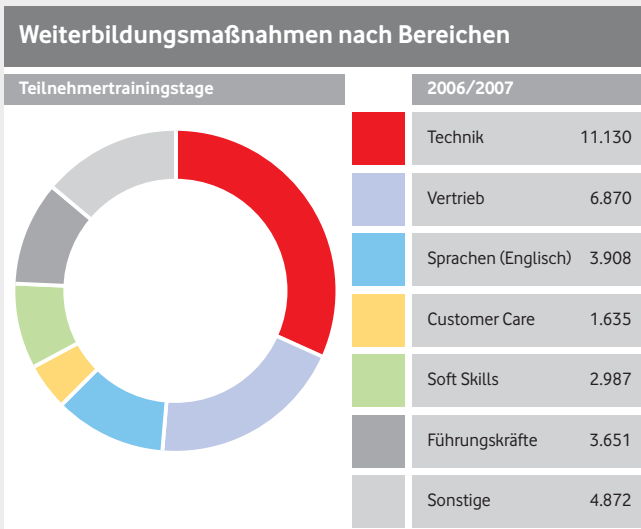
Das hohe Sicherheitsniveau in Verwaltungsbereichen erreichen und verbessern wir durch regelmäßige Gebäudeevakuierungen. Hierbei werden Räumungsbeauftragte umfassend geschult und Räumungsübungen durchgeführt, um für mögliche Notfallsituationen optimal vorbereitet zu sein.

Die Mitarbeiter erhalten durch den betriebsärztlichen Dienst umfangreiche Vorsorgemöglichkeiten: vom Hautkrebscreening über Blutzucker-Cholesterin-Blutdruck-Screening bis hin zu Grippe-Impfungen. Für suchtgefährdete Mitarbeiter wurde infolge einer im April 2007 getroffenen Gesamtbetriebsvereinbarung eine psychosomatische Sprechstunde eingerichtet. Unter der Leitung eines Suchtbeauftragten koordiniert der „Arbeitskreis Sucht“ die Hilfsangebote für betroffene Mitarbeiter, Wiedereingliederungsmaßnahmen sowie Schulungen und Informationen zum Thema.



## Aus- und Weiterbildung

Die Aus- und Weiterbildung qualifizierter und engagierter Mitarbeiter ist für Vodafone entscheidend, um im verschärften Wettbewerb der Branche und angesichts der Herausforderungen des demografischen Wandels zukünftig bestehen zu können. Zentrale Themen der Weiterbildung waren in den vergangenen Jahren vor allem durch die Erschließung neuer Geschäftsfelder im Bereich Internet, Festnetz und Datendienste geprägt. Darüber hinaus spielten die Veränderungsprozesse eine wichtige Rolle: Umfassende individualisierte Qualifizierungsmaßnahmen schufen neue Chancen für viele der Mitarbeiter, deren Stellen im Bereich „Networks & Regions“ abgebaut werden mussten. Die Zahl der Auszubildenden ging im Berichtszeitraum zurück; unsere Ausbildungsquote sank auf 2,9 Prozent.



## Vielfalt und Chancengleichheit

Bei Vodafone Deutschland gewährleistet eine bereits 1999 im damaligen Mannesmann-Konzern geschlossene Betriebsvereinbarung über partnerschaftliches Verhalten am Arbeitsplatz den Schutz vor Diskriminierung. Im Mai 2007 ist Vodafone Deutschland zudem der „Charta der Vielfalt“ beigetreten. Ziel dieser Initiative unter der Schirmherrschaft von Bundeskanzlerin Angela Merkel ist die Förderung von Toleranz und Vielfalt in der Unternehmenskultur.

Chancengleichheit muss sich auch in der Entlohnung niederschlagen: Vodafone Deutschland unterscheidet bei der Bemessung der Vergütung grundsätzlich nicht zwischen Männern und Frauen, ausschlaggebend sind lediglich Funktion und Leistung. Gleichwohl sind 82,5 Prozent der Führungskräfte bei Vodafone Deutschland männlich und nur 17,5 Prozent weiblich. Der Anteil weiblicher Führungskräfte stieg damit im Vergleich zum Vorjahr allerdings um 0,6 Prozent an.

Inzwischen haben Vodafone-Mitarbeiterinnen ein Netzwerk gegründet, um den Erfahrungsaustausch über Hierarchieebenen hinweg zu fördern und Mentorinnen für weibliche Nachwuchskräfte zu gewinnen. Um mehr Mädchen und junge Frauen für die bei Vodafone vielfältig angebotenen technischen und naturwissenschaftlichen Ausbildungsberufe zu begeistern, beteiligt sich Vodafone regelmäßig am bundesweiten „Girls' Day“.

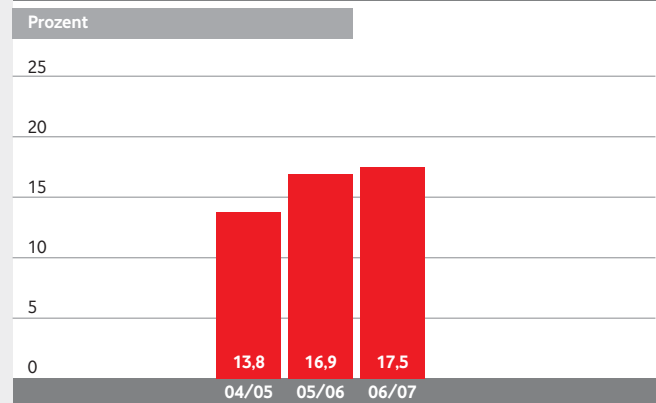
[www.girls-day.de](http://www.girls-day.de)

## Vereinbarkeit von Beruf und Familie

Die Vereinbarkeit von Beruf und Familie zu verbessern, ist ein zentrales Anliegen von Vodafone Deutschland. Schon heute bieten wir Teilzeitangebote und flexible Arbeitszeitmodelle. Im Berichtszeitraum waren gut 17 Prozent unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Teilzeit beschäftigt. Die sogenannte Elternzeit ist über eine Betriebsvereinbarung festgelegt, die auch eine zügige Reintegration vorsieht. Als Ansprechpartner für Mitarbeiter, Führungskräfte und Betriebsräte wurde im Bereich Personal die Stelle einer Familienbeauftragten geschaffen. Mit der Eröffnung einer ersten eigenen Kindertagesstätte am Standort Düsseldorf im Mai 2007 konnte das Betreuungsangebot deutlich verbessert werden – ein Engagement, das Geschäftsleitung und Betriebsrat gemeinsam beschlossen haben. Die Einrichtung wird von „KinderHut“ betrieben, Vodafone übernahm die Einrichtungskosten in Höhe von 700.000 Euro und kommt für die Hälfte der jährlichen Betriebskosten auf.

In einer Integrationsvereinbarung, die im Juni 2006 mit dem Gesamtbetriebsrat und der Gesamtschwerbehindertenvertretung geschlossen wurde, hat sich Vodafone Deutschland dazu verpflichtet, für behinderte Jugendliche mindestens zwei Praktikumsplätze sowie mindestens einen Ausbildungsplatz pro Jahr zur Verfügung zu stellen.

## Frauen in Führungspositionen



## Altersvorsorge

Seit dem 1. Juni 2006 gilt bei Vodafone ein neuer Pensionsplan. Die rechtliche Grundlage bildet eine Betriebsvereinbarung vom 1. April 2006. Für jeden Mitarbeiter investiert Vodafone einen Beitrag in Höhe von einem Prozent des Bruttoeinkommens in die betriebliche Altersvorsorge. Auf freiwilliger Basis können Mitarbeiter zudem einen Beitrag von mindestens 0,5 Prozent oder einen Anteil ihrer Gratifikationen auf ihrem Versorgungskonto gutschreiben lassen. Ansprüche aus bestehenden betrieblichen Altersvorsorgeprogrammen wurden bei Sicherstellung aller Leistungen in den neuen Pensionsplan überführt. Da alle Beiträge in Investmentfonds angelegt werden, können die Mitarbeiter – je nach individueller Risikofreude oder Sicherheitsorientierung – wählen zwischen den Anlagestrategien „Wachstum“, „Balance“ oder „Sicherheit“.

## Menschenrechte

Alle Mitarbeiter von Vodafone Deutschland unterliegen den – im internationalen Vergleich strengen – Anforderungen des deutschen Arbeitsrechts. Die betriebliche Mitbestimmung und das Recht, sich gewerkschaftlich zu engagieren, genießen hierzulande Verfassungsrang. Die Einhaltung der Menschenrechte ist bei Vodafone Deutschland deshalb primär eine Herausforderung für den Einkauf von Produkten und Dienstleistungen aus anderen Ländern.

### Ethische Beschaffung

Die Beachtung ethischer Grundsätze ist mit dem „Code of Ethical Purchasing“ (CEP) von Vodafone seit 2004 in den Allgemeinen Einkaufsbedingungen verankert und somit Teil des Einkaufsprozesses. Eine im Geschäftsjahr 2005/2006 durchgeführte Risikoanalyse ergab, dass keiner unserer lokalen Lieferanten zu den „High-Risk-Lieferanten“ gehört.

Die Mitarbeiter der Einkaufsabteilung haben zum besseren Verständnis des ethischen Einkaufs und zur Bewertung möglicher Verstöße gegen die CEP-Grundsätze im Berichtszeitraum 2006/2007 an einer Online-Schulung teilgenommen. Das Selbstlernprogramm sensibilisierte unsere Mitarbeiter im Einkauf für Problembereiche wie Kinder- und Zwangsarbeit, Gesundheitsschutz und Sicherheit am Arbeitsplatz oder Diskriminierung.

Außerdem haben zehn Mitarbeiter der zuständigen Abteilung zusätzlich an einem Training zum Lieferantenqualifizierungsprozess teilgenommen. Bei der Lieferantenqualifizierung müssen alle potenziellen Lieferanten diesen Grundsätzen zustimmen und künftig unter anderem auch Fragen zu deren Einhaltung beantworten.

## Eltern-Ratgeber

Unter dem Motto „Bleiben Sie mit Ihrem Kind in Verbindung“ hat Vodafone Deutschland im November 2006 einen Eltern-Ratgeber für den sicheren Umgang mit Handys herausgegeben. Er informiert über Handy-Funktionen, die manchem Elternteil noch ein Rätsel sein dürften, und nennt viele praktische Tipps, hilfreiche Links sowie Service- und Hotlinenummern.

Download des Ratgebers unter: [www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)

## Gesellschaft

Zu den Werten von Vodafone zählt auch die Verantwortung für die Gesellschaften, in denen wir agieren. Dies schließt das faire und vertrauensvolle Handeln gegenüber den Mitbürgern ebenso ein wie die Unterstützung einer zukunftsorientierten Entwicklung oder Hilfsleistungen bei Notfällen. Die „Social Investment Policy“ der Vodafone Group gibt weltweit vor, wie Spenden, Sponsoring und andere sozialgesellschaftliche Investments getätigt werden sollen.

### Auswirkungen auf das direkte Umfeld

Wir wollen unser direktes gesellschaftliches Umfeld fördern und negative Auswirkungen unserer Geschäftstätigkeit möglichst minimieren. Dabei stellte der Ausbau des Mobilfunknetzes im Dialog mit Kommunen und Bürgern vor Ort in den vergangenen Jahren die größte Herausforderung dar. Wir berichten hierzu im Abschnitt „Elektromagnetische Felder“ (siehe Seite 25) sowie im Internet.

### Korruptionsbekämpfung

Die Vodafone Group hat sich im Rahmen ihrer „Business Principles“ zur Korruptionsbekämpfung verpflichtet. Konkretisiert werden die Anforderungen in den „Anti-Corruption Compliance Guidelines“ und auch im „Code of Ethical Purchasing“. Über die Umsetzung müssen die Landesgesellschaften regelmäßig berichten.

Zur Sicherstellung fairer Prozesse in der Lieferkette startete Vodafone im Januar 2006 das „Speak-up“-Programm. Es fordert Lieferanten dazu auf, Korruptions- und Bestechungsversuche oder andere „unsaubere“ Geschäftspraktiken seitens Vodafone zu melden. Dazu können sie sich direkt mit der Abteilung „Fraud Risk Security“ der Vodafone Group in Verbindung setzen oder ihre Hinweise anonym an die von Vodafone beauftragte „Expolink“ unter der Telefonnummer 0044-1249 661 795 melden. Durch diesen Mechanismus wird ein größtmögliches Maß an Vertraulichkeit gewährleistet.

E-Mail „Fraud Risk Security“: [groupsfrs@vodafone.com](mailto:groupsfrs@vodafone.com)

Vodafone Deutschland hat darüber hinaus eine „Verhaltensrichtlinie für den Umgang mit Zuwendungen und Geschenken an beziehungsweise von Vertragspartnern“ erarbeitet, um auch in diesem Bereich eine eindeutige und rechtskonforme Handlungsgrundlage für alle Mitarbeiter zur Verfügung zu stellen. Diese ist Bestandteil der internen Genehmigungsrichtlinie, die allen Mitarbeitern bekannt ist und im Intranet zur Verfügung steht.



Seit 2005 ist Vodafone Haupt-sponsor der beliebten Düsseldorf „Jazz Rallye“.

## Politik und Lobbytätigkeiten

Unsere „Public Policy Principles“ beschreiben den Umgang mit Politik und Mandatsträgern und schließen Spenden an politische Parteien oder ihnen nahestehende Institutionen aus. Vodafone Deutschland ist Mitglied des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) sowie des Vereins Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM), die sich in politische Entscheidungsprozesse einbringen. Im Mittelpunkt stehen dabei meist Fragen des Kinder- und Jugendschutzes. So hat die FSM beispielsweise im Februar 2007 gemeinsam mit der Europäischen Kommission eine Vereinbarung zum Jugendschutz getroffen und im Mai 2007 gemeinsam mit der Bundesregierung die Initiative „Ein Netz für Kinder“ gestartet (siehe Seite 21).

## Spenden und Sponsoring

Vodafone Deutschland konzentriert sein gesellschaftliches Engagement auf die Themenfelder „Wissenschaft und Bildung“ sowie „Umwelt und Soziales“. Im Berichtszeitraum wurden schwerpunktmäßig folgende Initiativen und Projekte gefördert:

**Exzellenzinitiative:** Als erster privater Partner fördert Vodafone die Exzellenzinitiative des Bundes und der Länder mit einem zweistelligen Millionenbetrag und stattet drei Universitäten mit moderner Kommunikationsinfrastruktur aus (siehe Seite 11).

**Jugend denkt Zukunft:** Vodafone unterstützt als bundesweiter Partner und als Regionalpartner NRW das Schule-Wirtschaft-Projekt „Jugend denkt Zukunft“ (siehe Seite 11).

**„CEO of the future“:** Diese Initiative mehrerer europäischer Unternehmen, darunter Vodafone Deutschland, will Führungs- und Managementqualitäten von Nachwuchskräften wecken und ausbauen. Dazu wird seit 2000 jährlich ein Internet-Planspiel als Wettbewerb durchgeführt, an dem sich junge Akademiker und Manager beteiligen können. Die drei Erstplatzierten erhalten ein persönliches Coaching durch einen CEO der beteiligten Unternehmen sowie ein Karrierebudget für Trainings und Managementschulungen ihrer Wahl.

**Deutscher Lehrpreis:** Zusammen mit anderen deutschen Unternehmen fördert Vodafone den „Deutschen Lehrpreis PISAGORAS“, der besonders engagierte Pädagogen würdigt. Der Preis wurde erstmals am 6. Juli 2007 in Berlin verliehen.

**RTL-Spendenmarathon:** Erstmals unterstützte Vodafone den RTL-Spendenmarathon im November 2006 als Hauptsponsor. Die Spendenhotline wurde von Vodafone-CallCentern betrieben. Der Erlös des Handyrecyclings im Zeitraum 1. November bis 31. Dezember 2006 ging an Projekte des RTL-Spendenmarathons.

**Eisbahnen und Jazz Rallye:** Seit 2005 ist Vodafone Hauptsponsor von drei Eisbahnen in Deutschland sowie der beliebten Düsseldorf „Jazz Rallye“.

## Kooperationen

Vodafone und der Naturschutzbund Deutschland e.V. (NABU) schlossen im Mai 2005 einen Kooperationsvertrag: Vier Jahre lang wollen sie sich in gemeinsamen Projekten für die Ziele des Naturschutzes und der nachhaltigen Entwicklung engagieren. Beispiel hierfür ist die Recycling-Initiative „Handys für die Havel“.

## Mitarbeiterengagement

Derzeit prüft Vodafone Deutschland, wie das ehrenamtliche Engagement von Mitarbeitern am besten unterstützt und verstärkt werden kann. In den vergangenen Jahren haben Mitarbeiter beispielsweise beim Bau von zwei Spielplätzen geholfen. Außerdem engagierten sich zahlreiche Mitarbeiter für den RTL-Spendenmarathon, indem sie auf freiwilliger Basis die Spendenhotline betreuten. Außerdem bringen ihre Verbesserungsvorschläge schon heute bares Geld für gemeinnützige Zwecke. Bei Vodafone Deutschland werden die Prämien aus dem betrieblichen Ideenmanagement nämlich gespendet. Im Berichtszeitraum kam dadurch eine Spendensumme von 64.650 Euro zusammen.

## Vodafone Stiftungen

Als verantwortungsbewusster Unternehmensbürger (Corporate Citizen) trägt Vodafone Deutschland mit zwei Stiftungen zur gesellschaftlichen Weiterentwicklung und zu Innovationen bei.

### Vodafone Stiftung Deutschland

Die 2002 gegründete Vodafone Stiftung Deutschland ist eine der großen unternehmensverbundenen Stiftungen in Deutschland. Als eigenständige gemeinnützige Institution fördert und initiiert sie Projekte mit dem Ziel, Impulse für den gesellschaftlichen Fortschritt zu geben, die Entwicklung einer aktiven Bürgergesellschaft zu fördern und gesellschaftspolitische Verantwortung zu übernehmen. Unter dem Motto „Erkennen. Fördern. Bewegen.“ fokussiert die Stiftung ihr Engagement auf drei Bereiche, denen jeweils zwei Cluster zugeordnet sind:

**Bildung.** Bei der Auswahl der Projekte im Bildungsbereich stehen für die Stiftung die Entwicklungschancen junger Menschen im Vordergrund. Das Cluster „Soziales Lernen“ fördert gelebte soziale Verantwortung von Schülern. Im Cluster „Integration durch Bildung“ setzt sich die Stiftung für begabte junge Menschen mit Migrationshintergrund ein. So richtet sich „Vodafone Chancen“ als bundesweit erstes Stipendienprogramm an Studienanfänger mit Migrationshintergrund.

**Soziales und Gesundheit.** Das Cluster „Kinder mit besonderem Förderbedarf“ hat sich zum Ziel gesetzt, jungen Menschen zu helfen, die in unserer Gesellschaft benachteiligt sind. So gelingt es beispielsweise der Initiative „Off Road Kids“ seit vielen Jahren, Kinder von der Straße zu holen und ihnen eine neue Perspektive zu geben. Im Cluster „Kinderschmerz“ greift die Stiftung ein in Deutschland vernachlässigtes Phänomen auf: Im Vodafone Stiftungsinstitut für Kinderschmerztherapie und Pädiatrische Palliativmedizin in Datteln werden schmerzkranken Kinder ambulant und stationär behandelt.

**Kunst und Kultur.** Im Förderbereich „Kunst und Kultur“ hat sich die Stiftung zwei regionale Schwerpunkte gesetzt, wovon einer gleichzeitig nationale Bedeutung besitzt. Im Cluster „Weimar“ hilft die Stiftung als größte Einzelspenderin beim Wiederaufbau der Herzogin Anna Amalia Bibliothek. Die mit außergewöhnlichen Schätzen bestückte Bibliothek war bei einem Brand im September 2004 stark beschädigt worden. Im Cluster „Jugend und Kunst“ ermutigt die Stiftung junge Menschen vor allem in Düsseldorf, sich mit Kunst und Kultur auseinanderzusetzen und selbst Kunst zu schaffen.

[www.vodafone-stiftung.de](http://www.vodafone-stiftung.de)

### Vodafone Stiftung für Forschung

Die Vodafone Stiftung für Forschung fördert die wissenschaftliche Weiterentwicklung in der Mobilkommunikation und schreibt zu diesem Zweck jährlich drei Preise aus: zwei jeweils mit 5.000 Euro dotierte Förderpreise und einen mit 25.000 Euro dotierten Innovationspreis. Gewürdigt werden überdurchschnittliche natur- und ingenieurwissenschaftliche Forschungsleistungen sowie Arbeiten zum Thema Markt- und Kundenorientierung. Entscheidend für die Vergabe ist ein klar erkennbarer Praxisbezug der Arbeiten. Den Innovationspreis 2006 erhielt Prof. Dr.-Ing. Dr. rer. nat. Holger Boche von der TU Berlin. Mit den beiden Förderpreisen ausgezeichnet wurden Dipl.-Kfm. Rajnish Tiwari, Universität Hamburg, und Dipl.-Ing. Sebastian Caban und Dipl.-Ing. Christian Mehlführer, beide TU Wien.

[www.vodafone-stiftung-fuer-forschung.de](http://www.vodafone-stiftung-fuer-forschung.de)



Beim „Buddy-Schülerwettbewerb“ der Vodafone Stiftung Deutschland wurden im vergangenen Jahr unter 93 niedersächsischen Schulen die Schülerinnen und Schüler des Scharnhorst Gymnasiums in Hildesheim ausgezeichnet.

Kennzahlen von Vodafone Deutschland im Überblick				
	Einheit	2004/05	2005/06	2006/07
<b>Markt und Kunden</b>				
Umsatz	Mrd. Euro	8,3	8,44	8,03
Gewinn (EBIDTA)	Mrd. Euro	3,9	3,96	3,58
Durchschnittlicher monatlicher Umsatz pro Kunde	Euro	24,9	23,3	21,2
Kundenzahl	Mio.	27,2	29,2	30,8
Abdeckungsgrad GSM-Netz	%	98	98	98
Verfügbarkeit UMTS-Netz	Anzahl Städte und Gemeinden	700	1.800	2.158
<b>Umwelt</b>				
<b>Recycling</b>				
Recycelte Handys (Eigenrücknahme)	Stück	23.476	23.288	110.875
Gemäß ElektroG <sup>1</sup> recycelte Handys	t	–	–	12,56
Recycelte Tonerkartuschen- und Tintenpatronen	Stück	6.807	5.235	5.811
Recyceltes EDV-Equipment	Stück	2.695	2.170	2.490
Elektroschrott Netztechnik	t	265,9	267,4	263,6
Gefährliche Abfälle Netztechnik	t	134,0	176,7	109,4 <sup>2</sup>
<b>Ressourcenverbrauch</b>				
Wasserverbrauch	l	120.081	134.028	85.006
Gesamtstromverbrauch	MWh	469.882	544.345	539.517
Stromverbrauch Netzbetrieb	MWh	425.834	504.476	501.300
Stromverbrauch Büros	MWh	34.912	29.665	25.004
Stromverbrauch Shops	MWh	9.676	10.204	13.213
<b>Klimarelevante Emissionen</b>				
CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Energieverbrauch (Summe Strom u. a. Energieträger)	t	286.673	302.134	305.933
CO <sub>2</sub> -Emissionen durch Dienstfahrten	t	13.464	14.045	15.568
Anteil Benzinfahrzeuge	%	9,0	6,6	5,4
Anteil Dieselfahrzeuge	%	80,3	82,8	85,5 <sup>3</sup>
Anteil Flugreisen	%	10,1	10,0	8,6
Anteil Bahnreisen	%	0,6	0,5	0,5
Emissionen an Kälte- und Brandbekämpfungsmitteln, GWP 100a <sup>4</sup>	t CO <sub>2</sub>	2.629	2.016	999
<b>Ozonschädigende Substanzen</b>				
Ozonschädigendes Potenzial eingesetzter Kältemittel, ODP <sup>5</sup>	kg R11	592,8	539,5	526,5
<b>Verstöße gegen gesetzliche Regelungen</b>				
Verstöße gegen gesetzliche Regelungen im Bereich Umwelt	Anzahl	0	2	0
<b>Mitarbeiter</b>				
Mitarbeiter (Voll- und Teilzeit)	Anzahl	9.300	9.300	9.100
Anteil weiblicher Führungskräfte <sup>6</sup>	%	13,8	16,9	17,5
Auszubildende (Stand: je 1. September)	Anzahl	270	320	264
Trainingsteilnehmertage	Anzahl	46.802	58.456	35.053
Meldepflichtige Arbeitsunfälle	Unfälle/1.000 MA	3,12	2,71	2,6
<b>Gesellschaft</b>				
Spenden aus Handy-Recycling	Euro	154.835	119.125	297.265
Spenden aus Tonerkartuschen-/Tintenpatronen- und EDV-Recycling	Euro	35.886	14.839	6.385
Spenden infolge von Verbesserungsvorschlägen von Mitarbeitern	Euro	62.211	67.600	64.650
Fördervolumen der Vodafone Stiftung Deutschland gGmbH	Euro	3.009.065	4.389.672	4.704.724 <sup>7</sup>
Preisgelder der Vodafone-Stiftung für Forschung	Euro	35.000	35.000	35.000

<sup>1</sup> Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten (ElektroG).

<sup>2</sup> Die gefährlichen Abfälle bestehen zu 95 % aus Bleibatterien der Backupsysteme.

<sup>3</sup> 688 Fahrzeuge waren mit Partikelfilter versehen.

<sup>4</sup> GWP 100a (Global Warming Potential): Definiert die Klimawirksamkeit eines Stoffes relativ zum Kohlendioxid, wobei die Wirkung von Kohlendioxid über einen Zeitraum von 100 Jahren auf den Wert 1,0 gesetzt wird. Der GWP-Wert eines Stoffes gibt somit sein Treibhauspotenzial relativ zum Treibhauspotenzial von CO<sub>2</sub> an.

<sup>5</sup> ODP (Ozon Depleting Potential): Definiert das Ozonabbaupotenzial eines Stoffes relativ zum Fluorchlorkohlenwasserstoff (FCKW) R11, wobei die Wirkung von R11 auf den Ozonabbau auf den Wert 1,0 gesetzt wird.

<sup>6</sup> Zahlen beziehen sich auf Geschäftsführung, Hauptabteilungs- und Abteilungsleitung, seit 2005/2006 zusätzlich auf Senior-Referenten und Gruppenleiter.

<sup>7</sup> Im Gegensatz zur Berichterstattung in den Vorjahren handelt es sich um das Fördervolumen zzgl. projektbezogener Kosten.

## Unsere Ziele

Die folgende Tabelle gibt Auskunft über die Ziele der Vodafone Group, zu denen wir einen Beitrag leisten sollen, deren Erfüllungsgrad und künftige Maßnahmen von Vodafone Deutschland.

Thema	Wir hatten zum Ziel ...	Wir haben zum Termin ...	Wir werden in Deutschland ...
Verantwortung für Nutzung und Inhalte	ein anerkanntes, führendes Unternehmen im Bereich „Verantwortungsvolles Marketing“ zu sein.	März 2007 weder gruppenweit noch in Deutschland dazu eine Kampagne umgesetzt.	bis März 2008 Handy-Modelle anbieten, bei denen sich Bluetooth- und Infrarotschnittstellen und damit die Übertragung problematischer Inhalte sperren lassen.
	mit wesentlichen Stakeholdern zum Thema Datenschutz zu kooperieren.	März 2007 das Ziel erreicht.	
	eine globale mobile Internet-Filterlösung für alle Märkte zu entwickeln und bereitzustellen.	März 2007 das Ziel noch nicht erreicht.	Maßnahmen für ein sicheres mobiles Internet prüfen und bis März 2008 entscheiden, welche wir umsetzen.
	den Zugang zur mobilen Kommunikation zu erleichtern und den vermeidbaren Ausschluss um 33 % zu reduzieren. <sup>1</sup>	März 2010	dieses Ziel weiterverfolgen.
	drei Produkte einzuführen, die den Ausschluss reduzieren.	März 2008	dieses Ziel weiterverfolgen.
Mobilfunk und Gesundheit	für verantwortliches Handeln bezüglich Handys, Sendemasten und Gesundheit Ziele zu setzen und den Stakeholdern zu berichten.	März 2007 laut standortübergreifender Stakeholderbefragung das Ziel erreicht.	die Einschätzung unserer Verantwortung in Bezug auf Mobiltelefone, Sendemasten und Gesundheit weiter verbessern.
Lieferkette	den Qualifizierungsprozess für Lieferanten (Code of Ethical Purchasing) zu implementieren.	März 2007 das Ziel erreicht.	nach der Schulung von 10 MA im Berichtszeitraum die Schulungen bei Bedarf fortsetzen.
	zehn Standortbewertungen globaler Lieferanten durchzuführen (ausgewählt auf Basis des Risikos).	März 2007 das Ziel erreicht.	bis März 2008 je einen Lieferanten mit „niedrigem“, „normalem“ und „hohem Risiko“ von Einkäufern klassifizieren lassen.
	eine Whistle-blowing-Funktion für Lieferanten einzuführen.	März 2007 das Ziel erreicht.	
Mitarbeiterverantwortung	sicherzustellen, dass jeder Mitarbeiter jährlich eine Leistungsbewertung und ein Entwicklungsgespräch erhält.	März 2007 das Ziel nicht erreicht.	dieses Ziel bis März 2008 weiterverfolgen.
	Arbeitsunfälle gegenüber 2004/2005 um weitere 10 % zu senken.	März 2008	dieses Ziel weiterverfolgen.
	weiterhin eine hohe Punktzahl beim Thema Mitarbeiterzufriedenheit zu erzielen (mindestens dem Leistungsmaßstab von „World's Most Admired Companies“ entsprechend).	März 2007 das Ziel erreicht.	bis März 2009 bei der Mitarbeiterzufriedenheit zu den besten 25 % der Unternehmen in Deutschland zählen.
Wiederverwendung und Recycling	die Anzahl der gesammelten Alt-Handys um 50 % zu erhöhen.	März 2007 das Ziel erreicht.	die Anzahl der zurückgenommenen Alt-Handys bei 75 % des Vorjahresniveaus halten <sup>2</sup> .
	95 % der Netztechnikabfälle wiederverwenden oder zu recyceln.	März 2007 das Ziel erreicht.	weiterhin 95 % der Netztechnikabfälle wiederverwenden oder recyceln.
Energie und Klima	40 % CO <sub>2</sub> -Emissionen pro Megabyte Datentransfer zu reduzieren.	März 2011 Status März 2007: bereits 28,8 % Reduktion erreicht.	dieses Ziel weiterverfolgen.
	Effizienz- und Emissionsreduktionsziele zu erarbeiten.	März 2007 das Ziel gruppenweit nicht erreicht.	bis März 2008 eine Klimaschutzstrategie erarbeiten inkl. Umsetzungsplan.

<sup>1</sup> Vermeidbarer Ausschluss – der Anteil der über 16-Jährigen, der aufgrund von eingeschränkten Hör- und Sehfähigkeiten, mangelnder Fingerfertigkeit oder kognitiver Störungen von der Nutzung von Mobiltelefonen ausgeschlossen ist und dem die Benutzung von Mobiltelefonen durch angepasste Produkte oder spezielle Designs ermöglicht werden könnte.

<sup>2</sup> Aufgrund schwieriger werdender Marktbedingungen ist eine Erhöhung derzeit nicht möglich.

Index nach GRI (G3 Kernindikatoren)	Seitenzahl
<b>1. Vision und Strategie</b>	
1.1 Vorwort des Vorstands- oder Aufsichtsratsvorsitzenden	2
1.2 Zentrale Nachhaltigkeitsrisiken, -chancen, -auswirkungen	5
<b>2. Organisationsprofil</b>	
2.1 Name des Unternehmens	3
2.2 Wichtigste Marken, Produkte und Dienstleistungen	3
2.3 Geschäftsbereiche und Unternehmensstruktur	3
2.4 Hauptsitz des Unternehmens	3
2.5 Anzahl/Name der Länder mit Geschäftstätigkeitsschwerpunkt (bzw. besonderer Relevanz für Nachhaltigkeitsfragen)	3
2.6 Eigentümerstruktur	3
2.7 Bediente Märkte	3
2.8 Größe der berichtenden Organisation	3
2.9 Signifikante Änderungen bei Unternehmens- und Eigentümerstruktur	keine
2.10 Auszeichnungen im Berichtszeitraum	3
<b>3. Berichtsparameter</b>	
3.1 Berichtszeitraum	Umschlag vorne
3.2 Datum des letzten Berichts	Umschlag vorne
3.3 Berichterstattungszyklus	Umschlag vorne
3.4 Ansprechpartner für Fragen zum Bericht	37
3.5 Prozesse zur Definition des Berichtsinhalts (u. a. Prioritäten)	5
3.6 Bilanzierungsgrenzen des Berichts	Umschlag vorne
3.7 Darstellung spezieller Einschränkungen des Berichtsumfanges	nicht vorgenommen
3.8 Grundlage für Berichterstattung über Joint Ventures etc.	Umschlag vorne
3.9 Messverfahren und Basis der Datenberechnungen	Umschlag vorne
3.10 Neuformulierungen und Änderung bei der Darstellung von Informationen im Vergleich zu früheren Berichten	26
3.11 Änderung bei der Berücksichtigung von Themen und bei den angewandten Messverfahren	keine
3.12 Index nach GRI – tabellarische Übersicht mit Seitenzahlen	36
3.13 Verifizierung – externe Verifizierung der Aussagen	keine
<b>4. Unternehmensführung, Verpflichtungen und Engagement</b>	
4.1 Führungsstruktur, inkl. Nachhaltigkeitsverantwortung	6
4.2 Unabhängigkeit des Aufsichtsratsvorsitzenden	n.r.
4.3 Kontrollorgan bzw. unabhängige Mitglieder der Unternehmensführung	n.r.
4.4 Mechanismen für Aktionärs- und Mitarbeiterempfehlungen an den Vorstand/Aufsichtsrat	n.r.
4.5 Verknüpfung der Vergütung des oberen Managements mit Erreichung von Nachhaltigkeitszielen	–
4.6 Verfahren zur Vermeidung von Interessenskonflikten	–
4.7 Expertise der Leitungsgremien im Bereich Nachhaltigkeit	–
4.8 Leitbild, Unternehmenswerte und Verhaltenskodizes	4/5
4.9 Verfahren auf Vorstands-/Aufsichtsratsbene zur Überwachung ökologischer, ökonomischer und sozialer Chancen und Risiken	–
4.10 Verfahren zur Beurteilung der Leistungen des Vorstands	–
4.11 Umsetzung des Vorsorgeprinzips	16, 21, 25, 29
4.12 Teilnahme an und Unterstützung von externen Initiativen	11
4.13 Mitgliedschaften in Verbänden und Interessengruppen	7, 14, 21, 32
4.14 Liste der einbezogenen Stakeholdergruppen	7, 16, 22
4.15 Grundlage für die Identifizierung der Stakeholder	5, 7
4.16 Ansätze des Stakeholderdialogs (Art/Häufigkeit)	7, 16, 22
4.17 Stellungnahme zu zentralen Anliegen der Stakeholder	15/16, 22/23
<b>5. Leistungsindikatoren</b>	
<b>Ökonomie</b>	
EC1 Erwirtschafteter und verteilter Wert	24
EC2 Finanzielle Auswirkungen des Klimawandels	–
EC3 Betriebliche soziale Zuwendungen sowie Pensionsverpflichtungen	24, 30
EC4 Erhaltene staatliche Beihilfen und Subventionen	24
EC6 Zahlungen an lokale Zulieferer	–

	Seitenzahl
EC7 Beschäftigung lokaler Arbeitnehmer in Führungspositionen	n.r.
EC8 Infrastrukturinvestitionen und Dienstleistungen mit vorrangiger Bedeutung für das Gemeinwohl	24
<b>Ökologie</b>	
EN1 Gewicht/Volumen der eingesetzten Materialien	27
EN2 Anteil von Recyclingmaterial am Gesamtmaterialiesatz	–
EN3 Direkter Energieverbrauch: vom Unternehmen eingesetzte Primärenergieträger	26
EN4 Indirekter Energieverbrauch: zur Produktion der eingekauften Energie eingesetzte Primärenergieträger	–
EN8 Gesamter Wasserverbrauch nach Quellen	34
EN11 Flächennutzung in geschützten Gebieten	–
EN12 Auswirkungen von Aktivitäten in geschützten Gebieten	–
EN16 Direkte und indirekte Emissionen klimarelevanter Gase	26
EN17 Andere indirekte Treibhausgasemissionen, verursacht z. B. durch Geschäftsreisen und Pendeln der Mitarbeiter	27
EN19 Ozonschädigende Substanzen, nach Gewicht	27, 34
EN20 NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> u. a. signifikante Luftemissionen, nach Gewicht	–
EN21 Gesamtmenge und Qualität von Abwassereinleitungen	–
EN22 Abfallmenge nach Art und Entsorgungsmethode	27, 28
EN23 Freisetzung von Schadstoffen, nach Anzahl und Volumina	–
EN26 Initiativen zur Verringerung von Umweltauswirkungen der Produkte und Dienstleistungen	16/17, 26, 28
EN27 Anteil von Produkten, deren Verpackungen wiederverwendet wurden	–
EN28 Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung von Umweltauflagen	24
<b>Soziales</b>	
<b>Arbeitsumfeld und Arbeitsbedingungen</b>	
LA1 Belegschaft nach Beschäftigungsverhältnissen und Regionen	34
LA2 Mitarbeiterfluktuation nach Altersgruppen, Geschlecht und Regionen	–
LA4 Mitarbeiter, die unter Tarifverträge fallen	29
LA5 Mitteilungsfristen in Bezug auf wesentliche betriebliche Veränderungen	–
LA7 Verletzungen, Abwesenheitsquote und Todesfälle	29
LA8 Risikokontrolle bzgl. schwerer Krankheiten und Programme	29
LA10 Weiterbildungsstunden nach Mitarbeiterkategorien*	30
LA13 Vielfalt des oberen Managements und Mitarbeiterstruktur (z.B. Alter/Geschlecht/Kultur)*	30
LA14 Entlohnung nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie*	30
<b>Menschenrechte</b>	
HR1 Investitionsentscheidungen mit HR-Klauseln oder Prüfung	–
HR2 Anteil Lieferanten, bei denen Prüfungen zu Menschenrechtsfragen durchgeführt wurden*	31
HR4 Vorfälle von Diskriminierung und ergriffene Maßnahmen	–
HR5 Geschäftstätigkeiten mit signifikantem Risiko Vereinigungsfreiheit*	31
HR6 Geschäfte mit erhöhtem Risiko Kinderarbeit und ergriffene Maßnahmen*	31
HR7 Geschäfte mit erhöhtem Risiko Zwangsarbeit und ergriffene Maßnahmen*	31
<b>Gesellschaft</b>	
SO1 Eindämmung negativer Folgen für Standortgemeinden	25, 31
SO2 Anteil/Anzahl der auf Korruption überprüften Geschäftsbereiche*	31
SO3 Zur Prävention geschulte Mitarbeiter in Prozent	31
SO4 Ergriffene Maßnahmen in Folge von Korruptionsvorfällen	–
SO5 Positionen und Beteiligung an politischen Entscheidungsprozessen und Lobbying-Aktivitäten	11, 32
SO8 Geldbußen/Sanktionen für Nichteinhaltung der Gesetze	24
<b>Produktverantwortung</b>	
PR1 Lebenszyklusstadien, in den Sicherheits- und Gesundheitsauswirkungen von Produkten analysiert wurden	–
PR3 Grundsätze/Verfahren zur Produktkennzeichnung	22
PR6 Programme zur Einhaltung von Gesetzen und freiwilligen Vereinbarungen in der Werbung	25
PR9 Geldbußen für Gesetzesverstöße bzgl. der Nutzung von Produkten	24

	Ökonomie	Ökologie	Arbeitsbedingungen	Menschenrechte	Gesellschaft	Produktverantwortung
Managementansatz	3	26	4, 29	31	4, 31	4, 25

\* = keine vollständige Darstellung gemäß GRI-Kriterium bzw. nur Beispiele.

n. r. = nicht relevant bzw. auf Vodafone Deutschland nicht anwendbar.

Sprünge in der Nummerierung sind darauf zurückzuführen, dass GRI-Zusatzindikatoren nicht im Index erfasst werden.

Angaben zu den im GRI Sector Supplement für die Telekommunikationsbranche geforderten Indikatoren sind im Internet dargestellt: [www.vodafone.de](http://www.vodafone.de) > Über uns > Unsere Verantwortung

## Impressum

### Herausgeber:

Vodafone  
Unternehmenskommunikation und Politik  
Am Seestern 1  
40547 Düsseldorf

### Verantwortlich:

Dr. Bernhard Lorentz

### Projektleitung:

Kathrin Ankele

### Konzept, Text und Gestaltung:

akzente kommunikation und beratung gmbh, München

### Fotos:

Laif (Seite 4, 12, 18), Mauritius (Seite 8), Vodafone

### Druck:

Peschke Druck, München

### Papier:

9Lives Silk



Mix

Produktgruppe aus vorwiegend bewirtschafteten  
Wäldern und anderen kontrollierten Herkünften  
www.fsc.org Cert.-Nr. GA-COC-1374  
© 1996 Forest Stewardship Council

## Ihre Ansprechpartner



Thomas Ellerbeck  
Direktor Unternehmenskommunikation und Politik  
Tel.: 0211 – 533 2202  
E-Mail: thomas.ellerbeck@vodafone.com



Dr. Bernhard Lorentz  
Leiter der Abteilung Corporate Responsibility  
und Stiftungen  
Tel.: 0211 – 533 1263  
Fax: 0211 – 533 1898  
E-Mail: bernhard.lorentz@vodafone.com



Lidija Kokoume  
Assistentin  
Tel.: 0211 – 533 5392  
Fax: 0211 – 533 1898  
E-Mail: lidija.kokoume@vodafone.com



Annette Zwölfer  
Projektassistentin  
Tel.: 0211 – 533 5306  
Fax: 0211 – 533 1898  
E-Mail: annette.zwoelfer@vodafone.com



Kathrin Ankele  
Senior Corporate Responsibility Managerin  
Tel.: 0211 – 533 3525  
Fax: 0211 – 533 1898  
E-Mail: kathrin.ankele@vodafone.com



Tatijana Kulas  
Corporate Responsibility Managerin  
Tel.: 0211 – 533 4047  
Fax: 0211 – 533 1898  
E-Mail: tatijana.kulas@vodafone.com



Dr. Thomas Michael Schüller  
Leiter der Abteilung Umwelt und  
EMF-Leader (EMF: Elektromagnetische Felder)  
Tel.: 0211 – 533 2999  
Fax: 0211 – 533 1200  
E-Mail: michael.schueller@vodafone.com



Jürgen Wörhoff  
Umweltbeauftragter und Umweltmanager  
Tel.: 0211 – 533 3508  
Fax: 0211 – 533 1200  
E-Mail: juergen.woerhoff@vodafone.com

Vodafone · 40543 Düsseldorf  
[www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)

