

Corporate Responsibility.

Verantwortungsvolle Unternehmensführung // Klimaschutzaktivitäten // Nachhaltigkeitsratings und Auszeichnungen

Verantwortungsvolle Unternehmensführung.

Wir wollen bis 2015 weltweit Vorreiter im Bereich Corporate Responsibility (CR) werden; bereits heute sind wir in vielen Bereichen führend. Unser Handlungsrahmen dafür ist seit 2008 unsere konzernweit gültige CR-Strategie mit ihren drei zentralen Handlungsfeldern: „Vernetzung von Leben und Arbeit“, „Anschluss an die Informations- und Wissensgesellschaft“ und „Wege zu einer klimaschonenden Gesellschaft“. Die Meilensteine für unser ehrgeiziges CR-Ziel haben wir mit einem neuen internen Projekt bestimmt: Zunächst betrachteten wir mithilfe externer Benchmarks und interner SWOT-Analysen den Status quo, was die Integration von CR in die Konzernprozesse betrifft, sowie die konkrete inhaltliche Leistung des Unternehmens gegenüber Dritten. Unser CR-Bereich entwickelte daraus nicht nur die Erfolgskriterien, sondern auch schon konkrete Handlungsempfehlungen. 2010 haben wir bereits erste Maßnahmen umgesetzt. Bis 2015 unterziehen wir empfohlene Einzelmaßnahmen einem Monitoring und Controlling. Genauso überprüfen wir bis 2015 bereits existierende Key Performance Indikatoren (KPI) auf Basis der Ergebnisse des internen Projekts.

Klimaschutzaktivitäten und neue Klimaschutzziele.

Klimaschutzaktivitäten. Ein besonderer Schwerpunkt unserer CR-Aktivitäten lag im Berichtsjahr 2010 auf dem Klimaschutz. Und das nicht nur, was die Reduktion von schädlichen Treibhausgasen bei unserer eigenen Geschäftstätigkeit betrifft, sondern auch die Einsparungen bei unseren Kunden durch den Einsatz unserer Produkte und Lösungen. Bei unserer eigenen Geschäftstätigkeit setzten wir u. a. auf nachhaltige Mobilität. So soll nach der neuen „Green Car Policy“ die CO₂-Emission neuer PKW der gesamten Fahrzeugflotte bis 2015 bei durchschnittlich 110 Gramm pro Kilometer liegen. Das entspricht einem Durchschnittsverbrauch von 4,2 Liter Diesel pro 100 Kilometer. Dieser Wert liegt sogar unter den angestrebten Klimaschutzzielen der Europäischen Union, die bis 2015 einen Wert von 120 Gramm pro Kilometer erreichen will.



Mit über 33 000 in Deutschland zugelassenen PKW und Servicefahrzeugen ist unsere Firmenflotte eine der größten Europas. Unser Fuhrpark wurde 2010 vom TÜV Rheinland genau analysiert und mit dem „Bluefleet“-Siegel für einen CO₂-kontrollierten Fuhrpark ausgezeichnet. Dieses Zertifikat wird alle zwölf Monate neu überprüft.

Darüber hinaus fahren die Telekom-Mitarbeiter bei Dienstreisen mit der Bahn CO₂-frei. Rund 128 Mio. Kilometer fahren unsere Mitarbeiter jedes Jahr mit der Bahn. Die dafür benötigte Menge Strom speist die Deutsche Bahn aus erneuerbaren Energien direkt in ihr Netz ein. Alleine durch dieses Abkommen mit der Bahn tragen wir dazu bei, jährlich rund 5 700 Tonnen CO₂ zu vermeiden.

Unsere Kunden können durch unsere Dienste ebenfalls einen großen Beitrag zum Klimaschutz und zum nachhaltigen Umgang mit Ressourcen leisten. So z. B. durch „Smart Metering“, einer intelligenten Technologie, die hilft, den Stromverbrauch transparenter zu machen und so Energie zu sparen, in Unternehmen und in privaten Haushalten.

„Smart Grids“ (intelligente Stromnetze) sind die Voraussetzung dafür, um dezentrale Energieerzeugung effizient zu vernetzen. Energieversorger können damit beispielsweise genau so viel Strom in ihr Netz einspeisen, wie gerade benötigt wird. Oder bedarfsgerecht fehlende Mengen hinzukaufen. Mit dem Einsatz von „Smart Grids“ könnten bis 2020 allein in Deutschland 23,6 Megatonnen CO₂-Emissionen eingespart werden (Quelle: Studie Smart 2020 Addendum Deutschland).

Neue Klimaschutzziele. Schon seit 1995 haben wir uns dem Klimaschutz verpflichtet. Der Klimawandel schreitet heute schneller voran, als man damals noch dachte. Gleichzeitig hat aber die Informations- und Kommunikationstechnologie in den letzten Jahren enorme Fortschritte in Sachen Leistungsfähigkeit und Energieeffizienz gemacht. Unsere Klimaschutzstrategie aus dem Jahr 2005 sah für unseren Konzern in Deutschland eine Reduktion der CO₂-Emissionen um 20 % vor, im Zeitraum 1995 bis 2020. Dieses Ziel ist aus unserer Sicht nicht mehr ambitioniert genug. Im vergangenen Jahr haben wir daher mit der Überarbeitung der Klimaschutzstrategie auf Basis der in 2008 erhobenen Daten begonnen und streben nun eine Reduktion der CO₂-Emissionen von 30 % bis 2020 für diesen Zeitraum für die Telekom in Deutschland an. Das entspricht hochgerechnet auf das Jahr 1995 einer Reduktion von insgesamt 40 %.


Die Reduktionen in den nächsten Jahren resultieren vor allem aus der Umstellung des Netzes auf das energieeffizientere Internet-Protokoll (AlHP), aus der neuen „Green Car Policy“ und aus Einsparungen im Bereich Gebäude und Mobilität (z. B. CO₂-freie Dienstreisen mit der Bahn). Als nächsten Meilenstein wollen wir unsere Klimaschutzstrategie internationalisieren und für die verschiedenen Länder spezifische Ziele erarbeiten.

Die gesamte Lieferkette im Blick.

Wir stellen uns unserer unternehmerischen Verantwortung – entlang der gesamten Wertschöpfungskette. Als internationaler ICT-Dienstleister sind wir in mehr als 50 Ländern vertreten; mit entsprechenden Lieferantenbeziehungen. Wir kaufen also direkt und indirekt auch in Entwicklungs- und Schwellenländern Waren und Dienstleistungen ein. Oft entsprechen die Produktionsbedingungen in diesen Ländern noch nicht unseren Umwelt- und Sozialanforderungen. Ein Grund dafür, warum wir uns für die Förderung und Sicherung entsprechender Standards einsetzen. Genauso engagieren wir uns für die Einhaltung der Menschenrechte bei unseren Lieferanten.

Zusätzlich setzen wir uns in Brancheninitiativen dafür ein, Lieferantenbeziehungen nachhaltig zu gestalten. Mitte 2010 haben wir im Rahmen eines Abkommens mit France Télécom und Telecom Italia eine sog. Joint Audit Cooperation ins Leben gerufen, um gemeinsame Prüfungsverfahren bei Lieferanten – Social Audits – weltweit durchzuführen. Diese gemeinsamen Audits werden mit externen Auditierungsfirmen durchgeführt. Sie laufen nach genau festgelegten einheitlichen Kriterien ab, um ethische, soziale und umweltrelevante Standards bei unseren Lieferanten zu etablieren und zu gewährleisten. Im Berichtsjahr führten wir bereits 26 Audits bei unseren Lieferanten durch (2009: 4); bis 2012 sollen es dann insgesamt 200 werden.

Neue Wege in der Stakeholderkommunikation.

Utopia-Kooperation. utopia.de ist eine der wichtigsten Online-Plattformen für nachhaltigen Konsum im deutschsprachigen Raum.  Bereits seit Oktober 2009 sind wir dort mit einem eigenen Unternehmensprofil samt Blog präsent. Im Frühjahr 2010 bauten wir die Partnerschaft mit Utopia zu einer strategischen Kooperation aus. Ziel ist es, gemeinsam den Bewusstseinswandel für nachhaltigen Konsum durch gesellschaftlichen Dialog voranzutreiben. Grundlage dieser Partnerschaft ist das „Changemaker Manifest“ der Utopia-Stiftung: eine Selbstverpflichtung zur Nachhaltigkeit in zehn Punkten; diese unterzeichnete René Obermann im April 2010 als erster Vorstandsvorsitzender eines DAX-Unternehmens. Direkt danach stellte er sich auch gleich dem ersten gesellschaftlichen Dialog – einem Livechat im Internet mit der Utopia-Nutzergruppe.

Nachhaltigkeitsoffensive. Was nachhaltiges Handeln angeht, wollen wir ganz gezielt auch unsere Kunden einbinden. Den ersten Schritt dazu machten wir bereits 2009, als wir die auf mehrere Jahre angelegte Nachhaltigkeitsoffensive „Große Veränderungen fangen klein an“ starteten. Ein Schwerpunkt dieser Offensive 2010: alte Handys zurückzunehmen. In Deutschland gibt es rund 60 Mio. alte, unbenutzte Mobiltelefone, die neben Wertstoffen auch Schadstoffe enthalten. Wir haben mit verschiedenen Aktionen dazu aufgerufen, Althandys abzugeben, wie z. B. mit einem großen Gewinnspiel oder über eine Facebook-Aktion mit dem Popstar Katy Perry. All dies hat geholfen, im Berichtsjahr fast 250 000 Althandys einzusammeln.

Twittmob. Ein weiteres Beispiel für die neuen Wege in der Stakeholderkommunikation ist die von Telekom-Mitarbeitern freiwillig in ihrer Freizeit organisierte Online-Demonstration „MachMitMob“. Unter dem Motto „140 Zeichen für Nachhaltigkeit“ wurde vor und während des 16. Juli 2010 auf der Online-Plattform Twitter dazu aufgerufen, Nachrichten zum Thema Nachhaltigkeit abzusetzen, z. B. Tipps, Infos, Aufrufe und Aktionen. Der Erfolg übertraf alle Erwartungen: Nachhaltigkeit war an diesem Tag das mit Abstand am meisten „getwitterte“ Thema in Deutschland.



Weiterführende Informationen zur CR-Strategie und den wichtigsten CR-Themen enthält der CR-Printbericht 2010 bzw. der CR-Onlinebericht unter www.cr-bericht.telekom.de.*

Weitere Erfolge: Nachhaltigkeitsratings und Auszeichnungen.

Listing der T-Aktie in Nachhaltigkeitsindizes bzw. Prädikate.

Ratingagentur	Indizes/Prädikate/Ranking	Erfolge Index-Listing			
		2010	2009	2008	2007
SAM	DJSI World	✓	✓	✓	✓
	DJSI Europe (bis 2009 STOXX®)	✓	✓	✓	✓
Oekom	„Prime“	(✓)	✓	(✓)	✓
VIGEO	ASPI	✓	✓	✓	✓
	ESI	✓	✓	✓	✓
imug/EIRIS	FTSE4Good	✓	✓	✓	✓
Sarasin	DAX Global Sarasin Sustainability	(✓)	(✓)	✓	✓
CDP	Carbon Disclosure Leadership Index	X	X	X	✓
	Carbon Performance Leadership Index (neu seit 2010)	✓	n. a.	n. a.	n. a.
RiskMetrics	FTSE KLD Global Climate 100	✓	✓	✓	✓
	FTSE KLD Global Sustainability	X	X	X	✓
Newsweek Green Rankings Global 100	Rank Germany #1, Global #7, Technology #3	✓	n. a.	n. a.	n. a.

- ✓ = Erfolgreich gelistet.
- () = Mehrjähriger Rhythmus.
- X = Nicht gelistet.

Erneut konnten wir im abgelaufenen Jahr in Sachen Nachhaltigkeit punkten – wie im renommierten „SAM“ (Sustainable Asset Management)-Rating. Wir qualifizierten uns von neuem für ein Listing in den relevanten „Dow Jones Sustainability“-Indizes. Im Branchenvergleich der Mobilfunk-Unternehmen belegten wir im Gegensatz zum Vorjahr – in dem wir als Sector Leader ausgezeichnet wurden – im Berichtsjahr einen erfolgreichen zweiten Platz. Auch das kontinuierliche Listing in den auf den Analysen von VIGEO und imug/EIRIS beruhenden Indizes bestätigt unsere Leistung gegenüber den Interessen von SRI-orientierten Investoren (Socially Responsible Investment). Zum Jahresbeginn 2010 erreichten wir in dem bekannten Ranking von Oekom und der „Wirtschaftswoche“ den zweiten Platz innerhalb der DAX-Konzerne – ebenfalls ein sehr gutes Ergebnis.

Neu hinzugekommen ist die Auszeichnung des US-Nachrichtenmagazins „Newsweek“. Dabei haben wir in einer nach Umweltfreundlichkeit erstellten Rangliste der 100 größten Unternehmen weltweit den siebten Platz erreicht – und sind bestes deutsches Unternehmen! In der Kategorie der Technologie-Firmen rangieren wir hinter IBM, HP und Sony.

Neu: Stark gestiegenes Interesse an nachhaltigen Investments. Das Volumen der 354 zum Publikumsvertrieb zugelassenen nachhaltigen Fonds in Deutschland, Österreich und der Schweiz umfasste zum Jahresende 2010 nach Recherchen des Sustainable Business Institute (SBI) ca. 34 Mrd. €. Damit hat sich das Wachstum der nachhaltigen Publikumsfonds auch im vierten Quartal 2010 fortgesetzt. Ende 2009 registrierte das SBI noch 313 Fonds. Dabei sind alle Fonds miteinbezogen, die angeben, in besonderer Weise soziale, ökologische oder auch ethische Kriterien (ESG-Kriterien) zu berücksichtigen.

Auch das Interesse dieser Fonds an Aktien der Deutschen Telekom ist weiterhin hoch. 9% aller Aktien der Deutschen Telekom wurden im Jahr 2009 von Investoren gehalten, die zumindest teilweise SRI/ESG-Kriterien bei Investmententscheidungen berücksichtigen. 2% der T-Aktien werden von Investoren gehalten, die ihre Fonds vorrangig unter SRI/ESG-Gesichtspunkten managen (Quelle: Ipreo).

* Soweit der Lagebericht auf Inhalte von Internetseiten verweist, sind diese Inhalte nicht Bestandteil des Lageberichts.