



# Die große Sustain cyclo padie

Nachhaltigkeit im Klartext  
von A wie Access bis Z wie Zettabyte





## **Sustaincyclopädie**

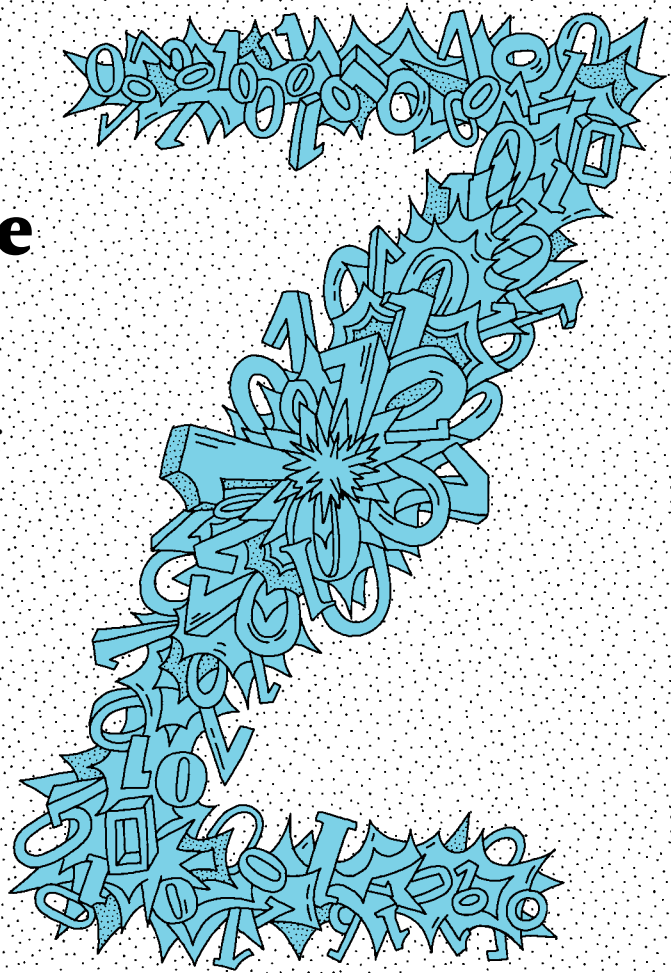
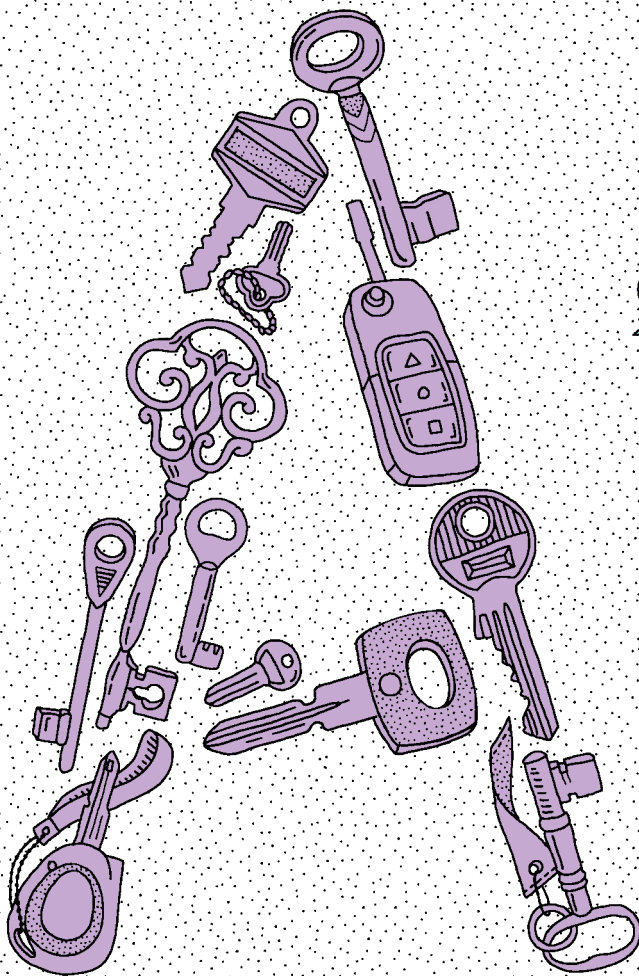
**Es ist ein befremdliches Wort. Wie häufig, wenn etwas um Bedeutung wirbt, ist es artifizuell. Traditionell oftmals in einer altertümlichen Sprache. In gewollt moderner Management-Ausdrucksweise bevorzugt ein Anglizismus.**

**Sustaincyclopädie ist beispielhaft zu verstehen. Für eine komplex anmutende Begriffswelt. Die an sich grundlegende Anforderungen und Zielsetzungen beschreiben will.**

**Daher verschreibt sich die vorliegende Sustaincyclopädie (er)klärenden Blicken hinter verbale Kulissen der Nachhaltigkeit. Und legt dar, dass die Telekom Austria Group hierzu weit mehr zu bieten hat als Worthülsen zur Imagepolitur.**

# Sustaincyclopädie

Ohne Anspruch auf Vollständigkeit oder alphabetische Ordnung wirft unser ABC der Nachhaltigkeit einige (er)klärende Blicke hinter vielbemühte Wortkulissen.



## Zettabyte

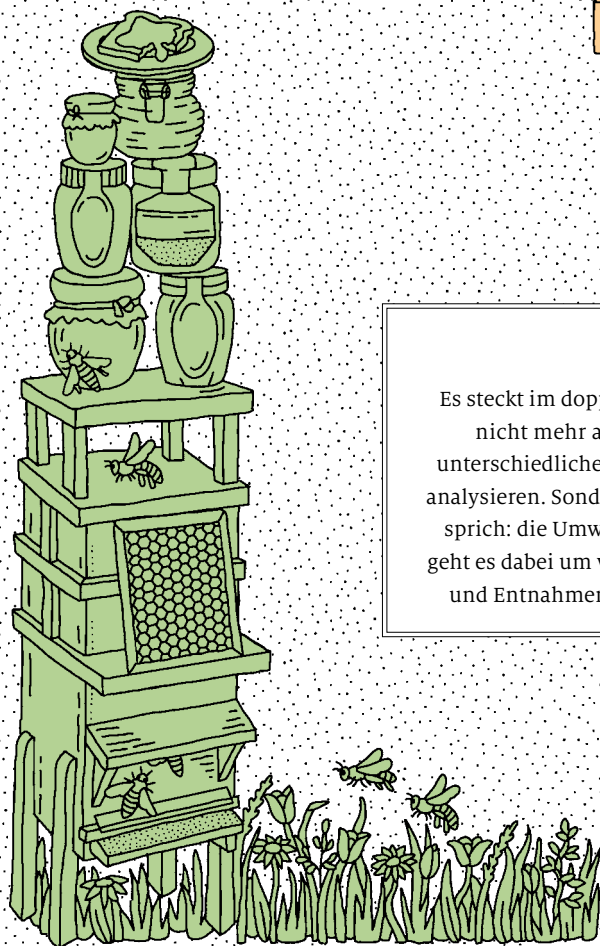
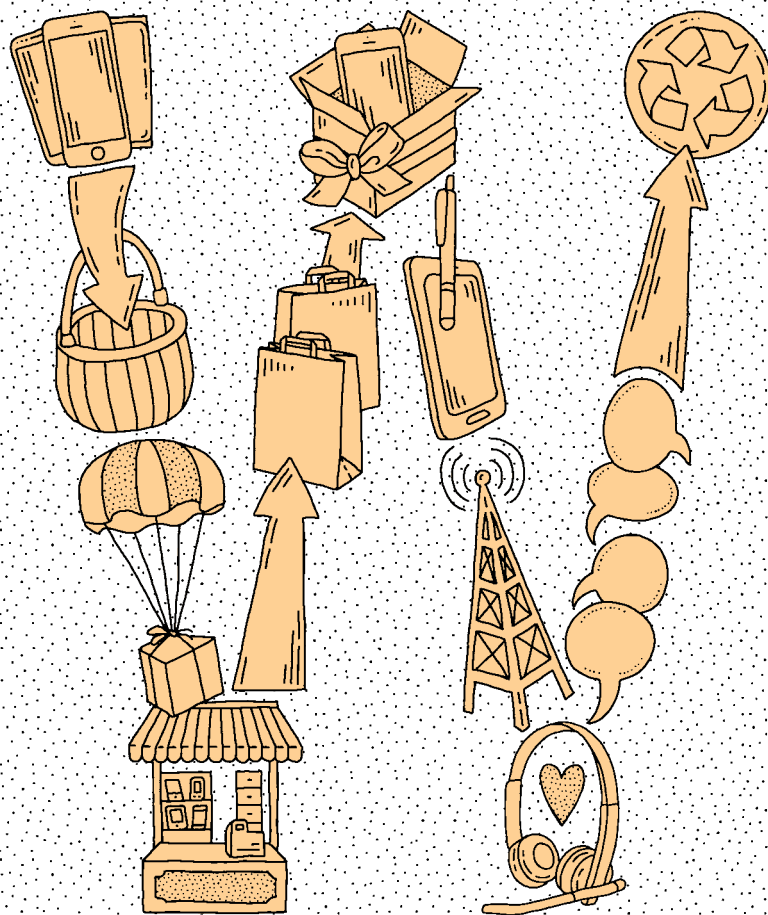
Eine Eins mit 21 Nullen dran. Oder ebenso wenig vorstellbar:  $10^{21}$  Byte. Zweimal so viel Datenvolumen wird einer Cisco-Studie zufolge 2019 jährlich über das Internet übertragen werden. Zum Vergleich: Dies entspricht der Speicherkapazität von mehr als zwei Billionen CDs. Es liegt auf der Hand, dass nur modernste Netzinfrastruktur in der Lage ist, mit derart dynamischem Datenwachstum Schritt zu halten.

## Access

Zugang – wozu? In der ursprünglichen Bedeutung ist von der technischen Vernetzung mit digitalen Medien wie dem Internet die Rede. Heute steht das Wort auch für Chancengleichheit bei Information, Bildung, Wissen und demokratischer Teilhabe. Nachhaltigkeitsinitiativen wie „Internet für Alle“ fördern die hierfür erforderliche Medienkompetenz.

## Wertschöpfungs- kette

Altes Konzept, für immer jung. Erdacht vor rund 30 Jahren von der Management-Legende Michael Porter, ist es nach wie vor ein Standardmodell. Und zwar zur Darstellung des Wertschöpfungs- bzw. Produktionsprozesses als geordnete Reihung bestimmter Unternehmensaktivitäten. Sie alle leisten Wertbeiträge, beanspruchen aber auch Ressourcen. Und bieten damit logische Anknüpfungspunkte für Nachhaltigkeit.



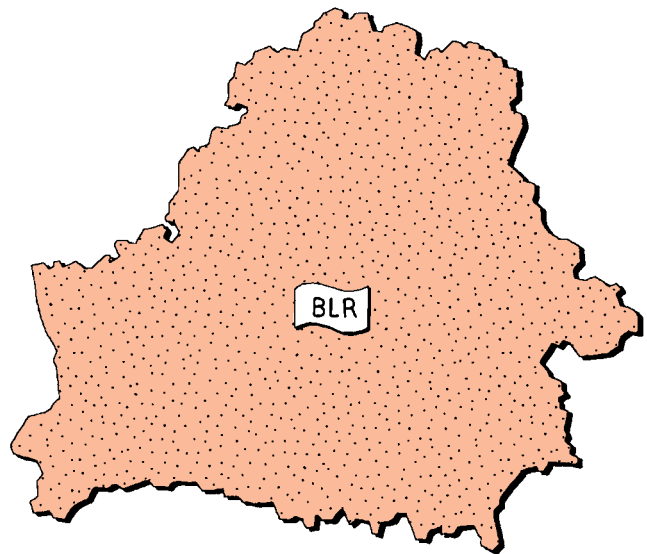
## Lebenszyklus

Es steckt im doppelten Wortsinn im Namen: Heute dreht es sich nicht mehr alleine darum, Aspekte und Chancen in den unterschiedlichen Phasen eines Produktlebens marktbezogen zu analysieren. Sondern auch dessen Wirkung auf das Leben anderer – sprich: die Umwelt. Neben Recycling- und Entsorgungsthemen geht es dabei um weitere umweltrelevante Emissionen – etwa CO<sub>2</sub> – und Entnahmen wie z. B. Rohstoffe während desselben Zyklus.

# Telekom Austria Group

GEOGRAFISCHE PRÄSENZ (—> G4.6, 4.8, 4.9)

Als führender Kommunikationsanbieter mit 16.240 MitarbeiterInnen, betreut die Telekom Austria Group rund 23 Millionen Kunden in sieben Ländern Zentral- und Osteuropas. 2014 konnte sie durch umfassende Maßnahmen wie dem „CO<sub>2</sub> neutralen Netz“ in Österreich die konzernweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen um 23 % senken.



## Vipnet

KROATIEN

Umsatzerlöse: 378,2 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 1.151

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 20.959 t

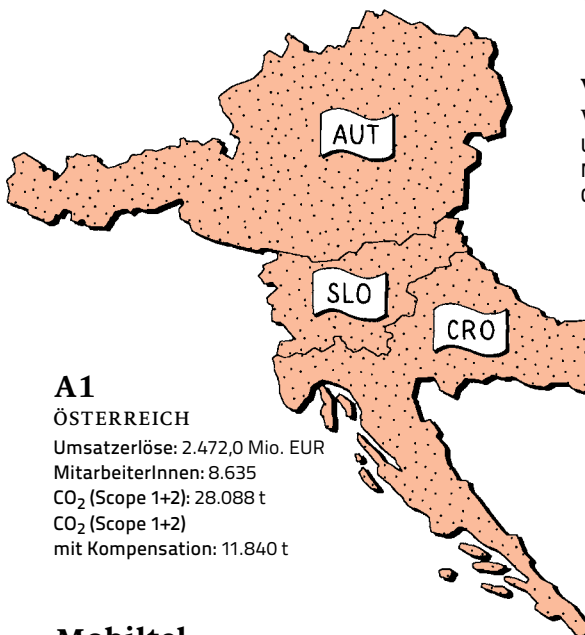
## Si.mobil

SLOWENIEN

Umsatzerlöse: 199,6 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 399

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 8.835 t



## A1

ÖSTERREICH

Umsatzerlöse: 2.472,0 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 8.635

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 28.088 t

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2)

mit Kompensation: 11.840 t

## Mobiltel

BULGARIEN

Umsatzerlöse: 371,3 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 2.527

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 39.766 t

## velcom

WEISSRUSSLAND

Umsatzerlöse: 355,0 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 1.881

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 33.510 t

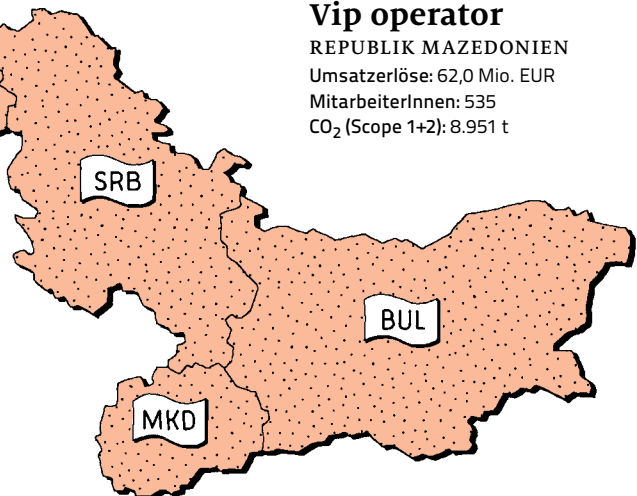
## Vip mobile

REPUBLIK SERBIEN

Umsatzerlöse: 213,2 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 933

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 30.733 t



## Vip operator

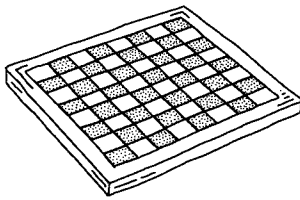
REPUBLIK MAZEDONIEN

Umsatzerlöse: 62,0 Mio. EUR

MitarbeiterInnen: 535

CO<sub>2</sub> (Scope 1+2): 8.951 t

# Inhalt



- 6 Vorstandsvorwort
- 8 Strategische Ausrichtung  
Telekom Austria Group

## NACHHALTIGKEITS- MANAGEMENT

- 9 Nachhaltige Zielsetzungen  
mit System
- 11 Wertschöpfungskette
- 12 Wesentlichkeitsanalyse
- 13 Steuerung und Management
- 14 Datenschutz
- 14 Compliance
- 15 Nachhaltige Lieferkette
- 17 Der Fahrplan – Nachhaltig-  
keitsmanagement



- 46 GRI Content Table
- 54 Kennzahlen
- 61 Bescheinigung
- 63 Angaben zum Bericht
- 64 Impressum



## PRODUKTE



## Providing Responsible Products

- 18 Das Produkt macht den  
Unterschied
- 22 Der Fahrplan – Produkte
- 23 Leuchtturmprojekte

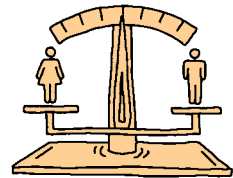


## UMWELT



## Living Green

- 24 Behutsamer Umgang mit  
der Umwelt
- 30 Gastkommentar: Umwelt-  
maßzahlen: Ein Kompass  
durch das Dickicht
- 32 Der Fahrplan – Umwelt
- 33 Leuchtturmprojekte

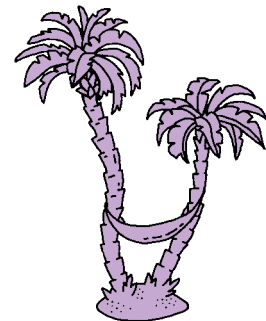


## MITARBEITERINNEN



## Empowering People

- 34 Menschen begründen  
unseren Erfolg
- 38 Der Fahrplan –  
MitarbeiterInnen
- 39 Leuchtturmprojekte



## GESELLSCHAFT



## Creating Equal Opportunities

- 40 Internet für alle?
- 44 Der Fahrplan – Gesellschaft
- 45 Leuchtturmprojekte



# Nachhaltigkeit im Klartext

**Nur weil etwas in aller Munde ist, muss es nicht überall verstanden werden. Oder für jeden dasselbe bedeuten. Der Vorstand der Telekom Austria Group bekennt sich zu einem klar nachvollziehbaren Nachhaltigkeitsverständnis.**

Sustaincyclopädie? Unser Berichtstitel zielt auf die bunten Erscheinungsformen und die scheinbare Allgegenwärtigkeit des Themas Nachhaltigkeit. Denn diese berechtigen bzw. verpflichten zu kritischem Hinterfragen. Handelt es sich tatsächlich um ernst zu nehmende Konzepte und Initiativen? Oder um bloße Kampagnen und Schlagwörter, die primär auf Imagepflege zielen?

Provokant gesagt ist es gleichgültig, aus welcher Motivation heraus man sich zu einer nachhaltigen Lebens- und Arbeitsweise verpflichtet. Sofern es in einem tatsächlichen Nutzen für Gesellschaft und Umwelt mündet.

Das parallele Verfolgen wirtschaftlicher Ziele steht dazu nicht im Widerspruch. Erst recht nicht für ein Unternehmen. Ganz im Gegenteil: Nur eine integrative Betrachtung ökonomischer, sozialer

und ökologischer Aspekte nachhaltigen Wirtschaftens liefert eine Erfolg versprechende Basis für geschäftliche Zielsetzungen.

In diesem Sinne bekennt sich die Telekom Austria Group zu den Zielsetzungen des „Drei-Säulen-Modells der nachhaltigen Entwicklung“ (People, Planet, Profit), weil sie der langfristigen Absicherung der Unternehmenstätigkeit dienen. Zugleich nimmt das Management damit aktiv gesellschaftliche und umweltbezogene Verantwortung wahr. Denselben Überzeugungen folgt das ausdrückliche Bekenntnis zum UN Global Compact.

Dabei handelt es sich keineswegs um reine Lippenbekenntnisse. Unsere im vorliegenden Nachhaltigkeitsbericht beschriebenen Maßnahmen sprechen hierzu eine deutliche Sprache. Etwa die Initiative „Internet für Alle“ (Seite 40). Mit ihr fördern wir genau jene Medienkompetenz, die – neben beschleunigtem Breitbandausbau – eine zentrale Voraussetzung für chancengleichen Zugang zur Wissensgesellschaft ist. Oder die Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstoßes der Telekom Austria Group um fast ein Viertel, zu der das „CO<sub>2</sub> neutrale Netz“ von A1 (Seite 28) maßgeblich beigetragen hat. Diese und

viele weitere Beispiele zeigen unmissverständlich, dass Nachhaltigkeit nahe am unternehmerischen Kerngeschäft sozialen und ökologischen Nutzen stiften kann.

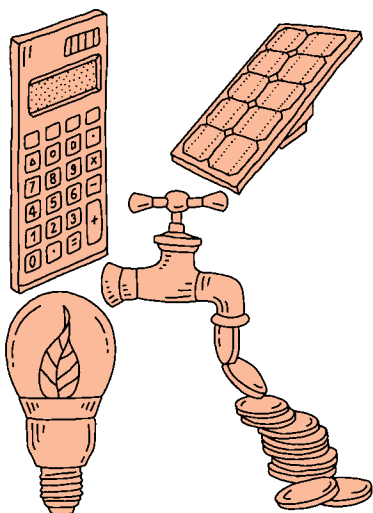
Als „Treiber“ der digitalen Wirtschaft und eines digitalen Lebensstils trägt die Telekom Austria Group zu einem dynamischen Wachstum der Datenkommunikation bei. Den damit verbundenen Mehrverbrauch an Energie gilt es mit höherer Energieeffizienz auszugleichen. Das bringt neben dem Umweltnutzen auch Kostenvorteile mit sich. Und spielt zugleich dem strategischen Unternehmensziel einer verbesserten „Operational Excellence“ in die Hände.

Wir titeln mit dem Kunstwort Sustaincyclopädie, weil es exemplarisch ist für die oftmals kryptisch erscheinende Begriffswelt der Nachhaltigkeit. Und setzen dieser im vorliegenden Bericht Klartext entgegen. In Form von einfach fassbaren Definitionen sowie schlüssigen Konzepten der Telekom Austria Group mit konkreten Zielsetzungen. Wir wünschen Ihnen dabei eine nachhaltig interessante Lesezeit! ★ (—> G4.1)

ALEJANDRO PLATER  
Chief Executive Officer (CEO)

SIEGFRIED MAYRHOFFER  
Chief Financial Officer (CFO)

# Top-Nachhaltigkeitsthemen des Vorstandes

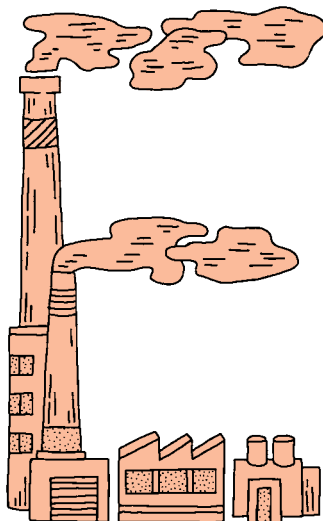


## Kosteneffizienz

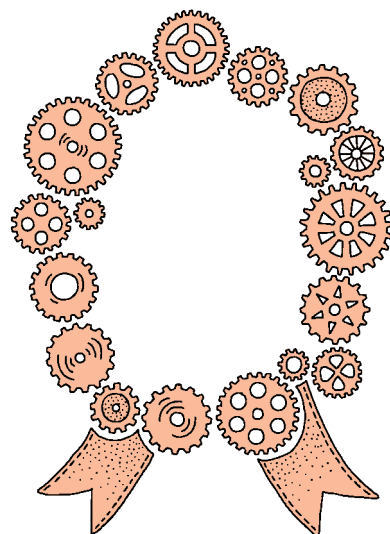
Die Optimierung der Kosteneffizienz ist Voraussetzung für Profitabilität, und damit für die Zukunftsfähigkeit, jedes Unternehmens. Somit ist sie auch Bedingung für die – im doppelten Wortsinn – „Leistbarkeit“ von Nachhaltigkeit. Umgekehrt können Nachhaltigkeitsinitiativen zur Wirtschaftlichkeit beitragen. Etwa in Form einer Reduktion von Wegstrecken und Treibstoffverbrauch, Verpackungsmaterial oder Papierbedarf. Abfalltrennung senkt die Entsorgungskosten und ermöglicht z. B. das Recycling von Elektroschrott. Wertvolle Rohstoffe, etwa in Kupferkabeln, werden wirtschaftlich wiederverwertet („Urban Mining“). Parallel dazu wirken eine innovative, energiesparende Ausgestaltung der Netzinfrastruktur, bedarfsabhängige Kapazitätsanpassungen und hocheffiziente Kühlsysteme einem auslastungsbedingten Mehrverbrauch an Energie entgegen. Auf diese Weise zielen wir auf eine Verbesserung unserer Energieeffizienz um 20 % (2012–2015).

## Emissionen

Emissionen in Form von Treibhausgasen wie insbesondere CO<sub>2</sub> entstehen beispielsweise durch die Verbrennung fossiler Treibstoffe. Sie fördern den vom Menschen verursachten Treibhauseffekt und damit die Klimaerwärmung. Als IKT-Unternehmen ist die Telekom Austria Group kein sogenannter „Primärverursacher“ von Treibhausgasen, gehört also keinem unmittelbar verursachenden Wirtschaftssektor an. Bei den indirekt durch unsere Geschäftstätigkeit bedingten Emissionen konnten wir



unsere CO<sub>2</sub>-Bilanz seit 2013 gruppenweit um 23 % verbessern. Daran hat das „CO<sub>2</sub> neutrale Netz“ von A1 wesentlichen Anteil. Der ausschließliche Bezug von Strom aus erneuerbaren Energiequellen trug dazu ebenso bei wie Optimierungen bei der Energieeffizienz oder klimafreundliche Mobilitätskonzepte. Zudem fördern IKT-Lösungen wie Videokonferenzen über die Unternehmensgrenzen hinaus CO<sub>2</sub>-Einsparungen durch die Reduktion gefahrener oder geflogener Kilometer.



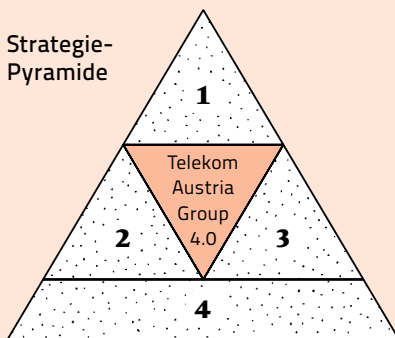
## Operational Excellence

Die konsequente Rationalisierung von Geschäftsprozessen bzw. Arbeitsabläufen und die effiziente Widmung von Ressourcen sind die Basis für betrieblichen Erfolg. Unter dem Überbegriff „Operational Excellence“ bilden sie das Fundament der Strategie der Telekom Austria Group. Diese Ausrichtung weist vielfältige Berührungspunkte mit unternehmerischer Nachhaltigkeit auf. So dienen beispielsweise die Zentralisierung des Einkaufs und das Gestalten von Lieferantenpools nicht nur der Kostenoptimierung. Sie fördern bzw. erleichtern zudem die flächendeckende Integration ökologischer und sozialer Kriterien in den Beschaffungsprozess. Insgesamt ist das Clustering von Unternehmenseinheiten und -funktionen – wie das Zusammenlegen von Logistikzentren – Ressourceneinsparungen zuträglich. Die damit verbundenen Effekte entsprechen somit auch unserer Zielsetzung der Effizienz im Investitionsbereich sowie bei der Marktbearbeitung.



# Strategische Ausrichtung der Telekom Austria Group

Die Telekom Austria AG und ihre Tochtergesellschaften („Telekom Austria Group“ mit Hauptsitz in Wien) sind führende Anbieter von Festnetz- und Mobilkommunikationsdiensten mit knapp 23 Millionen Kunden in sieben Ländern Mittel- und Osteuropas. Die Unternehmensgruppe versteht sich als „Treiber“ der digitalen Wirtschaft und eines digitalen Lebensstils. Dafür wurden auch im Jahr 2014 wesentliche Grundlagen geschaffen: Mit der uneingeschränkten Unterstützung des seit Oktober 2014 kontrollierenden Mehrheits-eigentümers América Móvil sowie der ÖIAG (heute: ÖBIB) wurde die erste Kapitalerhöhung der Unternehmensgeschichte erfolgreich begeben. Diese ebnete nicht nur den Weg für einen beschleunigten Glasfaserausbau, sondern auch für eine Reduktion des Verschuldungsgrades und für wertsteigernde Akquisitionen. Die konservative Finanzstrategie der Telekom Austria Group setzt bei allen strategischen Initiativen die Wahrung des Investment-Grade-Ratings von Baa2 von Moody's und BBB von Standard & Poors voraus. Diese zentrale Prämisse gilt folglich auch für die vier Bausteine der Strategie-Pyramide.



**1** Das Wertschöpfungspotenzial im Kerngeschäft wird über eine Differenzierung durch **Konvergenz und marktinterne Konsolidierung** adressiert.

**2** Weiterer Ausbau der Kundenzufriedenheit über eine **Erweiterung der Wertschöpfungskette** um neue Produkt- und Serviceangebote.

**3** Vor dem Hintergrund einer konservativen Finanzstrategie evaluiert das Management Möglichkeiten zum **Ausbau des bestehenden Footprints**.

**4** **Operational Excellence** bildet das Fundament der Unternehmensstrategie. Denn betrieblicher Erfolg beruht auf der stetigen Optimierung aller Geschäftsprozesse und der effizienten Allokation von Ressourcen.

Die Nachhaltigkeitsstrategie knüpft im Fundament und bei der Erweiterung der Wertschöpfungskette an die Unternehmensstrategie an. Nachhaltigkeit wird dabei als langfristiger Werttreiber verstanden, der neben aktiv gelebter ökologischer und gesellschaftlicher Verantwortung auch betriebswirtschaftliche Vorteile mit sich bringt. Etwa indem durch gesteigerte Energieeffizienz sowohl die Umweltauswirkungen als auch die Kosten reduziert werden.

Der Telekommunikationsmarkt bietet eine Fülle attraktiver Chancen. Zugleich sorgen die massive Zunahme des Datenverkehrs, der rasante technologische Fortschritt und das ausgeprägte Kundenbedürfnis nach erstklassiger Netz-

und Servicequalität für entsprechende Herausforderungen. Sie erfordern laufend hohe Investitionen und stellen hohe Anforderungen an das Leistungsvermögen und damit auch an den Energiebedarf der Infrastruktur. Somit ist die Telekom Austria Group nicht nur Marktrisiken ausgesetzt wie z. B. intensivem Wettbewerb, instabiler Wirtschaftsdynamik sowie regulatorischen Markteingriffen, die Druck auf Preise und Profitabilität ausüben. Auch der fortschreitende Wandel von Klima bzw. Umwelt und gesellschaftliche Rahmenbedingungen können Einfluss auf die Unternehmensentwicklung nehmen. Um solchen Risiken zeitgerecht vorzubeugen, überwacht ein zentrales Risikomanagement die entsprechenden Entwicklungen laufend und setzt im Bedarfsfall geeignete Gegenmaßnahmen. Für weitere Informationen zum Risikomanagement siehe Geschäftsbericht 2014 der Telekom Austria Group: <http://www.telekomaustria.com/de/ir/geschaeftsberichte>.

(—> G4.2–4.6, 4.9, 4.13)

## Aktionärsstruktur Telekom Austria AG per 31. Dezember 2014

América Móvil (direkt und indirekt)	59,70%
ÖIAG <sup>1)</sup> (Republik Österreich)	28,42%
Streubesitz inklusive Mitarbeiteranteile und eigene Aktien	11,88%

1) Die ÖIAG (Österreichische Industrieholding AG) wurde am 20. März 2015 in die ÖBIB (Österreichische Bundes- und Industriebeteiligungen GmbH) umgewandelt.

(—> G4.7)

## Wirtschaftliche Kennzahlen Telekom Austria Group

(in Mio. EUR)	Umsatzerlöse	EBITDA bereinigt <sup>1)</sup>	EBITDA <sup>2)</sup>	Betriebsergebnis	Jahresergebnis	Eigenkapital	Börsenkapitalisierung <sup>3)</sup>
<b>2014</b>	4.018,0	1.286,1	850,8	-3,0	-185,4	2.218,0	3,7
<b>2013</b>	4.183,9	1.287,4	1.182,8	318,2	52,1	1.459,1	2,4
<b>(in %)</b>							
<b>Veränderung</b>	-4,0	-0,1	-28,1	o. A.	o. A.	52,0	o. A.

1) Errechnet sich aus dem EBITDA, exklusive Effekte aus Restrukturierung und Werthaltigkeitsprüfung

2) Inklusive Effekte aus Restrukturierung und Werthaltigkeitsprüfung

3) Per 31. Dezember 2014 (in Mrd. EUR)

(—> G4.9)

# Nachhaltige Zielsetzungen mit System

Über Nachhaltigkeit sollte „im Klartext“ berichtet werden. Mit diesem Anspruch titelt auch der vorliegende Report der Telekom Austria Group. Das Vermeiden von werblichen Worthülsen gehört dazu ebenso wie das Unterlassen von schwammigen Zielsetzungen und Erfolgsmessungen. Oder der Verzicht auf rätselhafte Fachtermini, die sich bestenfalls CSR- bzw. GRI-ExpertInnen erschließen.

Man könnte sich daher im nachfolgenden Berichtsabschnitt zum „Nachhaltigkeitsmanagement“ gelegentlich die Frage stellen, weshalb er dennoch eine Reihe akademisch anmutender Begrifflichkeiten aufweist. Und Darstellungen zu komplex wirkenden CSR-Prozessen. Obwohl doch die Zielsetzungen ebenso wie die Wege dorthin einfach fassbar sein sollten.

Die simple Antwort lautet: Es braucht ein standardisiertes System, um Nachhaltigkeitsinitiativen und -fortschritte transparent und auf vergleichbarer Basis (im Perioden- wie auch im Unternehmens- und Branchenvergleich) darstellen zu können. Dieses liefert

zugleich eine valide Grundlage für Prüfungsbescheinigungen und Zertifizierungen. Die nachfolgend verwendeten Begriffsdefinitionen und Prozesse entsprechen aus diesem Grund konsequent den Empfehlungen und Anforderungen der „Global Reporting Initiative“ (GRI G4 für Nachhaltigkeitsberichte) und dem jährlichen Fortschrittsbericht im Sinne des UN Global Compact.

Ausgangspunkt für den systematischen Zugang der Telekom Austria Group zum Nachhaltigkeitsmanagement ist das Drei-Säulen-Modell der nachhaltigen Entwicklung: die Triple-Bottom-Line „People, Planet, Profit“. Ihr Verantwortungsverständnis schließt somit soziale, ökologische und ökonomische Aspekte mit ein.

Die Nachhaltigkeitsstrategie fokussiert auf vier strategische Handlungsfelder, die 2012 von einer umfassenden Wesentlichkeitsanalyse abgeleitet wurden. Dabei wurden unternehmensrelevante Themen über eine Stakeholderumfrage nach sozialen, wirtschaftlichen und ökologischen Gesichtspunkten analysiert und

## Auszeichnungen 2014



- Gewinner des Austrian Sustainability Reporting Award (ASRA) 2014 in der Kategorie „Große Unternehmen“ (Telekom Austria Group)
- Gewinner des Global Telecom Business Innovation Award 2014 für das Satellitenprodukt „direct2home“ (Telekom Austria Group)
- Gewinner 2014 Telecoms.com Award in der Kategorie „Pushing the limits of fixed communications“ für G.fast (A1)
- Gewinner des „Green Business Award“ in der Kategorie „Wireless Network Structure Innovation“ im Rahmen der Global Telecom Business Awards 2014 (Vipnet)

priorisiert. Jedes Handlungsfeld ist mit klaren Zielen und konkreten Kennzahlen hinterlegt.

Die Telekom Austria Group führt einen kontinuierlichen Dialog mit ihren Stakeholdern. Dieser Austausch findet auf drei Ebenen statt: durch systematisches Informieren über unterschiedlichste Informationskanäle, durch Gespräche und Befragungen sowie über das Mitgestalten in Mitgliedschaften und Kooperationen. Je nach Thema und Gruppe werden unterschiedliche Formate ein-

gesetzt wie Informationsveranstaltungen, Ideenwettbewerbe oder Umfragen bei Kunden oder MitarbeiterInnen. Aber auch persönliche Gespräche im Rahmen von Meetings, Konferenzen oder Roadshows werden beispielsweise bei Lieferanten, Kunden oder NGOs eingesetzt.

Als Ergebnis einer erneuten Wesentlichkeitsanalyse Anfang 2015 (siehe Seite 12) blieben die bedeutendsten Themen für die Stakeholder mit „Kundenorientierung“, „Datenschutz“ sowie „Netzqualität und Ausfallssicherheit“

nahezu unverändert. Neue oder zusätzliche Themen wurden im Rahmen dieser Befragung nicht identifiziert. Insbesondere „Datenschutz“ steht bei Kundinnen und Kunden sowie Lieferanten an erster Stelle. Die MitarbeiterInnen hingegen nennen „Kundenorientierung“ als wesentlichstes Thema. Die Bedeutung der Themen „Vielfalt“ und „Digitale Kluft“ nahm bei Kunden und Lieferanten deren Analyse zufolge vergleichsweise ab. (—> G4.18, 4.26, 4.27, 4.37)



PRODUKTE

## Providing Responsible Products

## Die vier Handlungsfelder

Die hochleistungsfähige und sichere Netzinfrastruktur der Telekom Austria Group bildet das Rückgrat der digitalen Wissensgesellschaft des 21. Jahrhunderts in ihren sieben Märkten. Konsequente Investitionen in innovative und ausfallsichere Übertragungstechnologien, bedingungslose Kundenorientierung sowie sichere, einfach anwendbare Produkte und Services stehen im Fokus dieses Handlungsfeldes. (—> [Details Seite 18](#))



UMWELT

## Living Green

Telekommunikationsnetze wie jene der Telekom Austria Group können eine Schlüsselrolle bei der Eindämmung des Klimawandels spielen. Eine energieeffiziente Ausgestaltung der Übertragungsnetze, die verstärkte Nutzung erneuerbarer Energie, klimafreundliche Mobilität und die Schonung von Rohstoffen durch optimierte Recycling- und Entsorgungsprozesse sind zentrale Bestandteile der ökologischen Verantwortung der Telekom Austria Group. Die kontinuierliche Senkung der Umweltauswirkungen der Geschäftstätigkeit steht klar im Zentrum dieses Handlungsfeldes. (—> [Details Seite 24](#))



MITARBEITERINNEN

## Empowering People

Kompetente, engagierte, unternehmerisch denkende und handelnde MitarbeiterInnen sind ein wesentlicher Faktor für den Unternehmenserfolg. Deshalb setzt die Personalstrategie der Telekom Austria Group auf das frühzeitige Erkennen und Fördern von Talenten, kontinuierliche Aus- und Weiterbildung sowie auf eine ausgewogene Führungs-, Performance- und Feedbackkultur. Gesundheit, Gleichstellung und gelebte Vielfalt innerhalb der Unternehmensgruppe bilden zentrale Schwerpunktthemen dieses Handlungsfeldes. (—> [Details Seite 34](#))



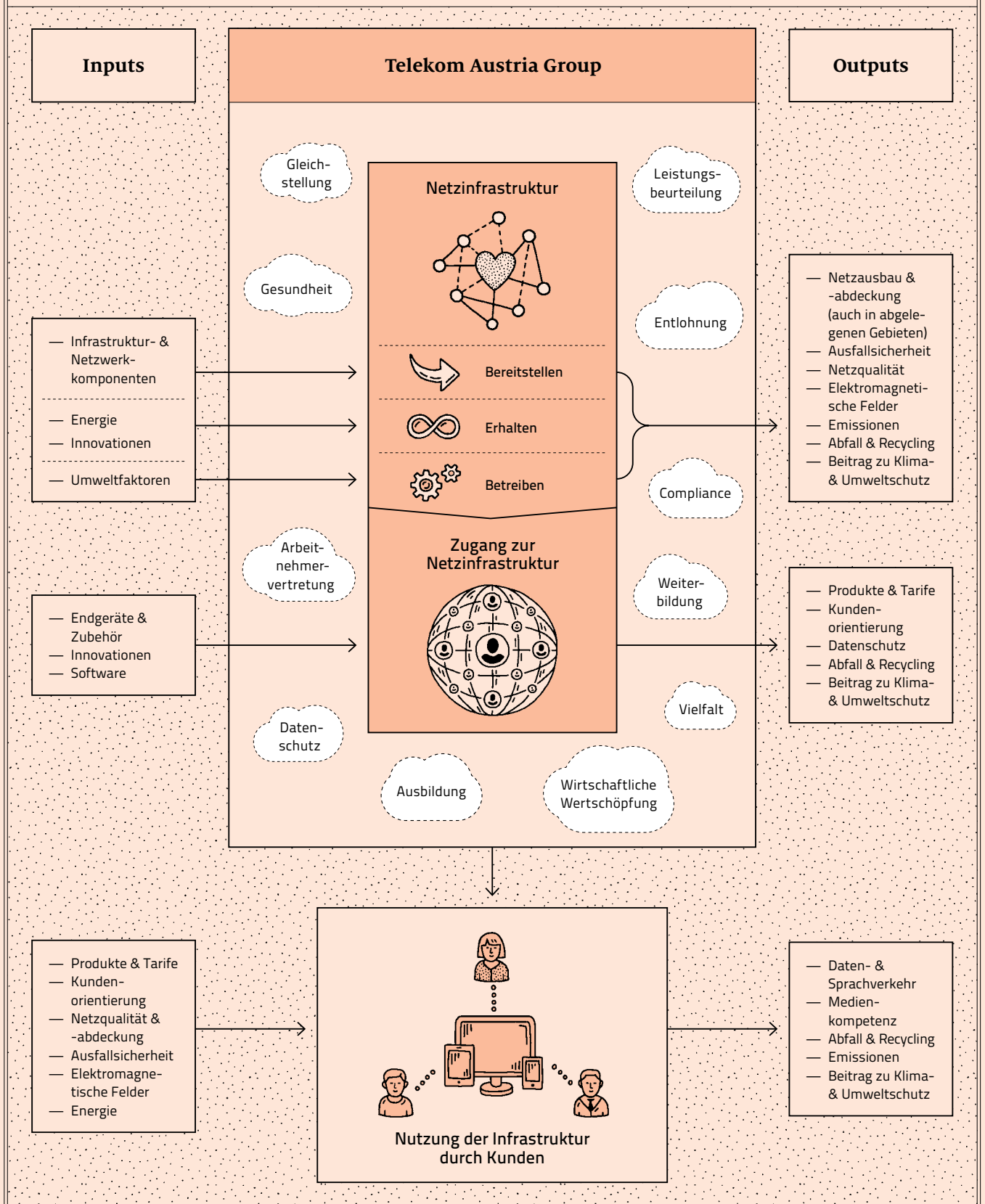
GESELLSCHAFT

## Creating Equal Opportunities

Die Telekom Austria Group ist der Überzeugung, dass die digitale Welt allen offenstehen sollte. Daher trägt sie aktiv zur Verringerung der „digitalen Kluft“ und zur Förderung von Medienkompetenz bei. Neben gezielten Medienkompetenz-Initiativen für Jung und Alt fördert die Telekom Austria Group auch mit ihren Produkten und Services die Chancengleichheit in der digitalen Gesellschaft. Darüber hinaus unterstützen und initiieren ihre Tochtergesellschaften lokalen Bedürfnissen entsprechende soziale Projekte. (—> [Details Seite 40](#))

# Wertschöpfungskette – Telekom Austria Group

Die nachstehende grafische Darstellung der Wertschöpfungskette der Telekom Austria Group zeigt die Prozesse der Geschäftstätigkeit im Überblick. Ebenso werden die dafür benötigten Ressourcen als Inputfaktoren und die dabei entstehenden Ergebnisse als Outputs dargestellt. Die dabei identifizierten Themen entlang der Wertschöpfungskette wurden im Prozess der Wesentlichkeitsanalyse berücksichtigt. (—> G4.18)



# Themenfindung im Nachhaltigkeitskontext

(—> G4.2, 4.18–4.21, G4.24–4.27, 4.37)

## Prozess

## Stakeholder

### Identifikation der Themen

- Berücksichtigung der Anforderungen des Reportingstandards GRI G4 (Aspekte, Indikatoren, Sector Supplement) sowie der Themen aus dem laufenden Stakeholderprozess, der Ratings und der Branche

Mehr als 120 Themen

### Zusammenfassung der Inhalte zu 82 übergeordneten Themen

### Auswirkungsanalyse über Bewertung durch interne ExpertInnen

- Bewertung der Themen durch sieben interne Expertengruppen
- Bewertungskriterien: aktive Steuerung, finanzielle Auswirkung, Risiken, Chancen und Potenziale

Longlist: 57 Themen



### Expertengruppen

Marketing, Human Resources, IT & Networks, Purchasing, Compliance ...

### Komprimierung & Verdichtung der Inhalte auf Shortlist mit 29 Themenblöcken

### Online-Befragung

- Bewertung nach Relevanz mittels Punktesystems auf einer Skala von 1 bis 4 sowie Ranking der Top-5-Themen
- Rücklauf von über 1.000 Stakeholdern



### Interne Stakeholder

MitarbeiterInnen, Unternehmensführung, Eigentümer

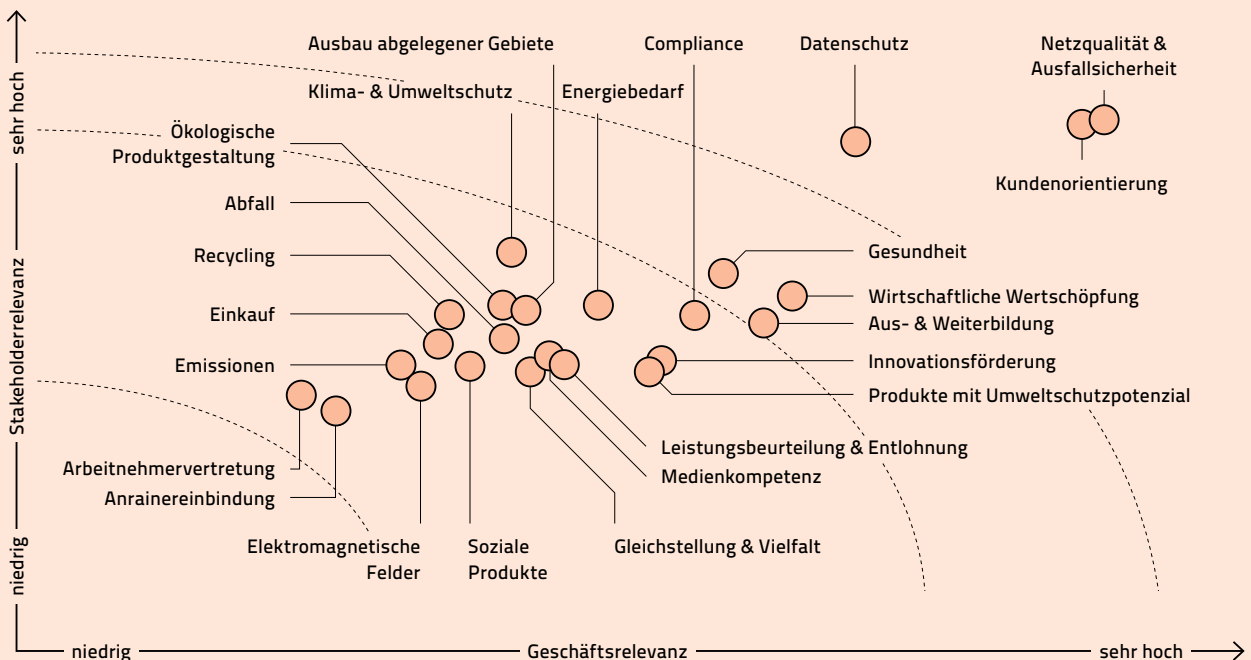
### Direkte Stakeholder

Lieferanten, Kunden, Gesetzgeber/Behörden

### Indirekte Stakeholder

Medien, NGOs, Interessensvertretungen, Verbände, Ratingagenturen

## Wesentlichkeitsmatrix



# Steuerung und Management

Seit 2010 ist bei der Telekom Austria Group ein konzernweites, integriertes Nachhaltigkeitsmanagement implementiert, das sukzessive weiterentwickelt wird. Auftraggeber und Schirmherr der Nachhaltigkeitsagenden war bis 31. Juli 2015 CEO Hannes Ametsreiter. Seit 1. August 2015 ist es CEO Alejandro Plater, flankiert von CFO Siegfried Mayrhofer. Ein Corporate-Sustainability-Team ist als Teil des Bereichs „Group Communications and Sustainability“ direkt dem CEO unterstellt. Dieses Team steuert und koordiniert die Umsetzung der Nachhaltigkeitsstrategie mit den jeweiligen Verantwortlichen in den Tochtergesellschaften. Der länderübergreifende An-

satz gewährleistet die Übereinstimmung mit den übergeordneten Gruppenzielen. Gleichzeitig bietet die Nachhaltigkeitsstrategie die erforderliche Flexibilität, um auf regionale Besonderheiten Rücksicht nehmen zu können.

VertreterInnen des Topmanagements treffen einander mindestens dreimal pro Jahr im sogenannten Group Sustainability Board, um Schwerpunkte und die Weiterentwicklung der Nachhaltigkeitsstrategie zu erörtern sowie neue Maßnahmen zu beschließen. Vorstand und Topmanagement nehmen somit darauf Bedacht, dass im Rahmen der Konzern- und Markenstrategie auch Nachhaltigkeitsaspekte berücksichtigt werden. Die Mitglieder des Group Sustainability Boards übernehmen gleichzeitig auch die Verantwortung für alle Nachhaltig-

keitsaspekte in ihrem jeweiligen Zuständigkeitsbereich und treiben einen internationalen Austausch innerhalb der Telekom Austria Group voran. (—> G4.34–4.37, 4.42, 4.43, 4.46–4.48)

**Zertifizierte Umweltmanagementsysteme**

**Österreich**

- ISO 14001 für Umweltmanagement (seit 2004)
- ISO 50001 für Energiemanagement (seit 2008)
- EMAS (seit 2013)

**Slowenien**

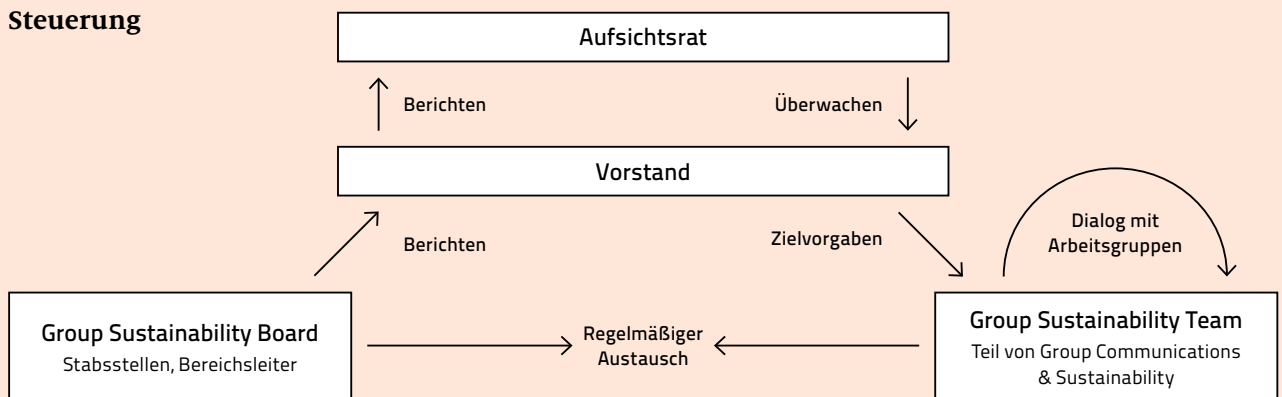
- ISO 14001 (seit 2009)
- EMAS (seit 2014)

**Republik Serbien**

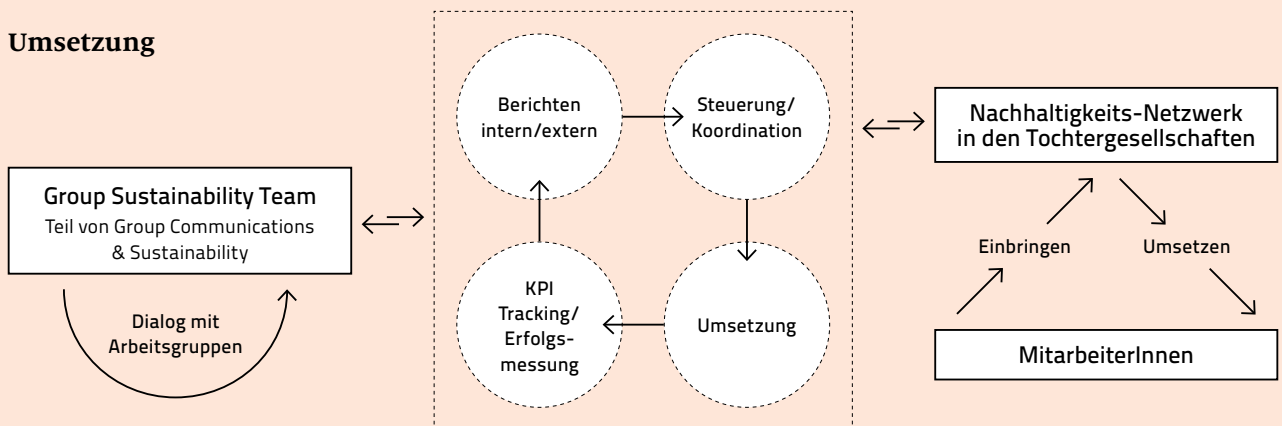
- ISO 14001 (ab 2015)

## Organisationsstruktur des Nachhaltigkeitsmanagements

### Steuerung



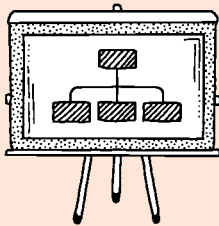
### Umsetzung



# Datenschutz

Um Angriffe auf sensible Daten abzuwehren oder gar nicht erst zuzulassen, ergreift die Telekom Austria Group in allen Tochtergesellschaften vielfältige Maßnahmen zur Sicherung von Informationen und Daten. Das selbst auferlegte und auch in der Nachhaltigkeitsstrategie fest verankerte Ziel der Telekom Austria Group lautet, in allen Tochtergesellschaften höchste Datenschutz- und Sicherheitsstandards einzuhalten.

## Management der Aspekte Compliance und Datenschutz



### Wesentliche Aspekte (Verantwortlichkeiten)

- Compliance (Group Compliance)
- Datenschutz (Group Operation, A1 Data Privacy)
- Informationssicherheit (Group Operation)

### Standards und Managementsysteme

#### Datenschutz

- Information Security Policy, Information Security Standards
- ISO 27001 in Österreich, Bulgarien, Kroatien
- E-Learnings, Sensibilisierungskampagnen, Schulungen
- Datenschutzzfolder (A1), Informationen auf Websites der Tochtergesellschaften

#### Compliance

- Zertifiziertes Compliance Management System (nach IDW PS 980)
- „ask.me“-Portal und Whistleblowing-Plattform „tell.me“
- E-Learnings, Präsenzs Schulungen, Informationen auf Websites, Intranet
- Code of Conduct in acht Sprachen

Die hierfür entwickelte „Information Security Policy“ und die ergänzenden „Information Security Standards“ gelten gruppenweit und werden länderspezifisch durch lokale Richtlinien ergänzt. Verantwortlich dafür ist der Fachbereich „Information Security & Emergency“, der deren Einhaltung regelmäßig überprüft und überwacht. Darüber hinaus besitzen alle Tochtergesellschaften ein eigenes „Information Security Management System“ (ISMS). Jenes von A1, Mobilitel und Vipnet wird jährlich von externen und unabhängigen Institutionen überprüft und ist nach dem internationalen Standard ISO 27001 zertifiziert. Zudem führte die Telekom Austria Group ihre Schulungsoffensive zur Sensibilisierung der MitarbeiterInnen 2014 fort. Mittels E-Learnings, Workshops sowie Einzeltrainings konnten in diesem Jahr allein in Österreich rund 3.000 MitarbeiterInnen erfolgreich geschult werden.

Beim österreichischen Tochterunternehmen A1 wurde Mitte 2013 der Bereich „Data Privacy“ unter der Leitung von Group Compliance Officer Martin Walter eingerichtet. Um die KundInnen von A1 unter anderem darüber zu informieren, welche Daten verarbeitet werden, wer auf diese zugreifen kann und welche Sicherheitsmaßnahmen getroffen werden, wurde Anfang 2015 eine Broschüre zum Thema Datenschutz herausgebracht. Diese ist ebenso wie die A1 Datenschutz-Richtlinie auch im Internet veröffentlicht. Darin enthalten sind Informationen und Tipps, wie Kunden selbst zur Sicherheit ihrer Daten beitragen können, und eine Aufklärung über die Rechte, die KundInnen hinsichtlich ihrer Daten haben.

## Compliance

Ehrliches, faires und transparentes Agieren ist bedeutender Bestandteil der Unternehmenskultur der Telekom Austria Group. Um diesem Integritätsanspruch gerecht zu werden, verfügt die Unternehmensgruppe über ein durchdachtes Compliance Management

System. Der Vorbildwirkung des Topmanagements und dem eigenverantwortlichen Handeln aller MitarbeiterInnen kommt dabei besondere Bedeutung zu.

Zur Vermeidung von potenziellem Fehlverhalten hat die Telekom Austria Group klare Regeln für rechtskonformes und integrires Verhalten in allen Geschäftsbeziehungen festgelegt. Zudem wurden geeignete Kontrollen in die Geschäftsprozesse integriert. Der konzernweit gültige Code of Conduct (Verhaltenskodex) sowie detaillierte Compliance-Richtlinien geben Hilfestellung zu konkreten Themen. Dazu zählen beispielsweise Anti-Korruption und Interessenskonflikte, Geschenke und Einladungen, Umgang mit vertraulichen Informationen, Managementberatung und Lobbying, Sponsoring, Spenden und Werbung, Kapitalmarkt-Compliance sowie Kartellrecht. Die Compliance-Richtlinien unterstützen, dass integrires Verhalten selbstverständlicher Bestandteil der täglichen Arbeit ist. Darüber hinaus wird die Wirksamkeit des Compliance Management Systems durch regelmäßige Kommunikationsmaßnahmen und Schulungen, den Helpdesk „ask.me“, Audits sowie durch die anonyme Whistleblowing-Plattform „tell.me“ gefördert. Die bedarfsgerechte Weiterentwicklung des Compliance-Programms wird durch das jährliche Compliance Risk Assessment gewährleistet. 2013 wurde das Compliance Management System der Telekom Austria Group durch einen externen Wirtschaftsprüfer nach dem Standard IDW PS 980 zertifiziert.

Von den im Jahr 2014 über „tell.me“ eingegangenen rund 50 Hinweisen waren circa 50 % substantiiert und wurden näher untersucht. Die Konsequenzen bei festgestelltem Fehlverhalten reichten je nach Ausmaß der Verfehlung von individuellen Schulungen bis hin zur Beendigung der Zusammenarbeit und der Anzeige bei der Staatsanwaltschaft. Über „ask.me“ wurden 2014 rund 350 Fragen behandelt.

Der Fokus der verhaltensorientierten Präventionsmaßnahmen lag 2014 auf Präsenzs Schulungen für Führungskräfte und ausgewählte Risikobereiche. In etwa 160 Schulungsterminen wurden konzernweit 2.340 ManagerInnen und MitarbeiterInnen persönlich geschult, davon alleine 1.500 hinsichtlich Korruptionsprävention. Ergänzend wurden 1.450 ManagerInnen und MitarbeiterInnen zu speziellen Themen mittels E-Learning-Tools geschult.

Weitere Informationen zum Compliance Management System der Telekom Austria Group finden Sie unter: [www.telekomaustria.com/de/group/compliance](http://www.telekomaustria.com/de/group/compliance). (—> G4.2, 4.56-4.58)

## Nachhaltige Lieferkette

Wie nachhaltig Unternehmen agieren, lässt sich nicht nur an den unmittelbaren ökologischen und sozialen Auswirkungen ihrer eigenen Geschäftsprozesse ablesen. Betrachtet man die Wertschöpfungskette (siehe Seite 11) der Telekom Austria Group, so wird klar, dass diese Auswirkungen auch bei ihr darüber hinausgehen. Daher legt sie darauf Wert, Nachhaltigkeitsaspekte bereits bei der Beschaffung von Waren und Dienstleistungen zu berücksichtigen. Nach einer Studie von GreenBiz.com, die 2013 in Kooperation mit Trucost<sup>1)</sup> erstellt wurde, machen vorgelagerte Prozesse wie Rohstoffabbau, Herstellung, Transport und Verpackung in der Telekommunikationsbranche beachtliche 85 % aller Nachhaltigkeitseffekte aus.

Die Telekom Austria Group beschafft jährlich Waren und Dienstleistungen im Wert von mehr als 2 Mrd. EUR. Rund 80 % davon wurden 2014 von lokalen Lieferanten an den Hauptgeschäftsstandorten erbracht. Ein großer Teil des Einkaufsvolumens wird für die Beschaffung und den Betrieb von Infrastruktur-

komponenten für das Fest- und Mobilfunknetz verwendet. Ebenso haben Endgeräte (Mobiltelefone, Smartphones, Settop-Boxen) sowie IT- und Hardware-Komponenten einen großen Anteil am Beschaffungsvolumen. (—> EC9)

Neben kaufmännischen Kriterien spielen für die Telekom Austria Group im Rahmen ihrer Beschaffung ökologische Kriterien eine Rolle, wie beispielsweise Umweltfreundlichkeit oder Energieeffizienz. Berücksichtigt werden zudem auch Arbeitnehmerrechte, Antikorruptions-Bestimmungen und Datenschutzaspekte. Die Verwendung sogenannter Konfliktmineralien stellt bei der Herstellung von IKT-Produkten eine Herausforderung für die Branche dar. Denn Zinn, Tantal, Wolfram und Gold werden häufig unter kritischen Bedingungen gewonnen. Die Telekom Austria Group ist kein Hersteller von Produkten, bei denen solche Konfliktmineralien zum Einsatz kommen. Allerdings verwendet bzw. vertreibt sie solche Produkte im Rahmen ihrer Geschäftstätigkeit.

Die Telekom Austria Group verfolgt den Ansatz, Nachhaltigkeit soweit wie möglich in ihre Lieferkette zu implementieren. Hierzu werden im Rahmen eines langfristigen Projektes mit dem Einkauf zunehmend nachhaltige Kriterien in den Beschaffungsprozess integriert. Insbesondere bei der österreichischen Tochtergesellschaft A1 konnte seither viel erreicht werden: Eine eigene Verhaltensrichtlinie (siehe Seite 16) liefert die Grundlage für die gruppenweite Beschaffung sowie für jene der größten Tochtergesellschaft A1. In Österreich wurden zudem auch Umwelt- und Sozialkriterien für ein regelmäßiges Vendor Rating großer Lieferanten weiterentwickelt. Die Lieferanten-Selbstauskunft wurde um soziale und ökologische Themenstellungen erweitert. Darüber hinaus wurden Nachhaltigkeitskriterien für bestimmte Ausschreibungskategorien entwickelt und implementiert. Ein weiterer bedeutender Meilenstein war die Umstellung der Energiebeschaffung von A1 auf 100 % Strom aus erneuerbaren Quellen im Jahr 2014 (weitere Details

hierzu ab Seite 28). Der Schwerpunkt in den kommenden Jahren wird auf der weiteren Verankerung dieser Initiativen im Geschäftsalltag liegen. ▲ (—> G4.12, 4.13)

1) The State of Green Business 2013, GreenBiz und Trucost

### Auswahl freiwilliger Mitgliedschaften

#### Telekom Austria Group

- Next Generation Mobile Networks Alliance (seit 2014)
- UN Global Compact (seit 2012)
- respACT (seit 2008)
- ETNO (seit 1996)
- GSM Memorandum of Understanding (seit 1988)

#### A1

- „klimaaktiv mobil“-Projektpartner (seit 2014)
- Österreichisches Cyber Security Forum des Kuratoriums Sicheres Österreich (seit 2014)
- UN Global Compact (seit 2012)
- Elektromobilitäts-Modellregion Wien (seit 2010)
- Code of Conduct on Data Centres Energy Efficiency (seit 2009)
- klimaaktiv-Partner (seit 2005)

#### Mobilnet

- UN Global Compact (seit 2014)
- Bulgarisches Rotes Kreuz (seit 2004)
- Bulgarischer Charity-Hilfsfonds (seit 2004)
- Bulgarisches Spender-Forum (seit 2009)
- CSR-Academy (seit 2008)

#### Vipnet

- UN Global Compact (seit 2007)

#### Si.mobil

- „Si.voda“-Fonds (seit 2009)
- UN Global Compact (seit 2008)
- Forum EMS (seit 2008)
- Green Network (seit 2001)

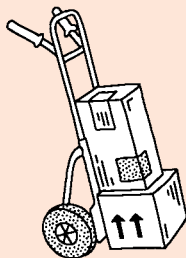
#### Vip mobile

- UN Global Compact (seit 2008)
- Business Leaders Forum Serbia (seit 2008)

(—> G4.15, 4.16)

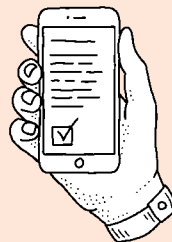


## Anforderungen in den Verhaltensrichtlinien für Lieferanten der Telekom Austria Group



- Anforderungen zu Arbeitnehmerschutz und Arbeitsbedingungen entsprechend den Bestimmungen der „International Labour Organisation“ (ILO)
- Anforderungen zu Umweltschutz und Ressourceneffizienz in Anlehnung an etablierte Umweltmanagementsysteme (EMAS, ISO 14001)
- Soziale und ökologische Anforderungen an Produkte und Dienstleistungen (mit Life-Cycle-Perspektive)
- Anforderungen zu Compliance-Themen wie Anti-Korruption

## Umgesetzte Maßnahmen im Einkauf der Telekom Austria Group und A1



- Nachhaltigkeits-Verhaltensrichtlinien für Lieferanten entwickelt
- ILO-Bestimmungen in Code of Conduct, Allgemeine Einkaufsbedingungen (AEBs) und Rahmenverträgen verankert
- Umwelt- und Sozialkriterien für regelmäßiges Vendor Rating von A1 entwickelt
- Lieferantenselbstauskunft erweitert
- Nachhaltigkeitskriterien in Ausschreibungen integriert
- Strombeschaffung von A1 auf 100% Strom aus erneuerbaren Quellen umgestellt

## Wissenswertes für GRI-Experten



- > **G4.14:** Die Telekom Austria Group trägt in ihrem Handeln dem Vorsorgeprinzip Rechnung, indem sie bei Entscheidungen potenzielle zukünftige Entwicklungen und Erkenntnisse berücksichtigt.
- > **G4.22, G4.23:** Änderungen im Vergleich zum Vorjahresbericht resultieren aus der erneuten Wesentlichkeitsbefragung Anfang 2015. Neuformulierung einer Information aus vergangenen Berichten gab es keine.
- > **G4.25:** Die Auswahl der Stakeholder erfolgte anhand einer Priorisierung über interne Datenbanken.
- > **G4.26:** Ein Stakeholderdialog findet laufend statt und die Ergebnisse fließen ebenfalls in die Berichtsvorbereitung mit ein.
- > **G4.49:** Im Rahmen von Sitzungen werden dem Aufsichtsrat kritische Anliegen mitgeteilt, im Bedarfsfall finden diese auch ad hoc statt.
- > **G4.50:** Im Berichtsjahr lagen keine

kritischen Anliegen im Bereich der Nachhaltigkeit vor.

- > **G4.52:** Im Berichtsjahr waren keine Vergütungsberater beteiligt.
- > **G4.53:** Die Vergütungen des Aufsichtsrats werden im Rahmen der Hauptversammlung festgesetzt, bei der Meinungsäußerungen seitens der Stakeholder eingebracht werden können.
- > **EC1:** Nettowertschöpfung 2014: 870 Mio. EUR an MitarbeiterInnen, 757 Mio. EUR an Investitionen, 219 Mio. EUR an Kapitalgeber und 1.910 Mio. EUR an öffentliche Stellen.
- > **SO3:** Im Jahr 2014 wurden die Holding-Gesellschaft sowie die sieben operativen Tochtergesellschaften (A1, Mobiltel, velcom, Vipnet, Si.mobil, Vip mobile und Vip operator) intern im Hinblick auf Korruptionsrisiken bewertet. Die einbezogenen Unternehmen erwirtschaften nahezu 100% des Gesamtumsatzes der Telekom Austria Group und berücksichtigen sämtliche Standorte der oben angeführten Tochterunternehmen. Im Rahmen der Risikoanalyse wurden 17 verschiedene Korruptionsszenarien vom Management bewertet und mitigierende Maßnahmen festgelegt. Es wurden unter Berücksichtigung der bereits implementierten Maßnahmen keine erheblichen verbleibenden Risiken identifiziert.
- > **SO4:** Informationen zu Compliance

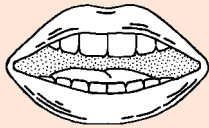
sowie zur Korruptionsprävention werden 100% der MitarbeiterInnen sowie sämtlichen Geschäftspartnern zugänglich gemacht (siehe unter [www.telekomautria.com](http://www.telekomautria.com)). 2.950 (ca. 17%) MitarbeiterInnen und ManagerInnen (inklusive Vorstände) wurden hinsichtlich Korruptionsprävention geschult. Nahezu 100% der MitarbeiterInnen und ManagerInnen sowie der Lieferanten wurden aktiv informiert. Der Aufsichtsrat und der Vorstand der Holding und sämtlicher Tochtergesellschaften werden mindestens ein Mal pro Jahr im Hinblick auf Korruption informiert, der gesamte Vorstand wird jährlich geschult.

- > **PR7:** 2014 hat es keine Verstöße bezüglich Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring gegeben.
- > **PR8:** Im Berichtsjahr 2014 wurden zwei begründete Beschwerden eingebracht. Im ersten Fall wollte der Beschwerdeführer geprüft haben, ob Fernzugriffe auf sein Modem unterbunden werden können. Dies bejahte die Behörde. Im zweiten Fall wurde der automatische Rechnungslogin auf A1.net hinterfragt. A1 hat auf Anraten der Datenschutzbehörde einen Vermerk über die Auswirkungen der automatischen Aktivierung verbessert und auf A1.net im FAQ-Bereich einen Hinweis platziert.

# Der Fahrplan – Nachhaltigkeitsmanagement

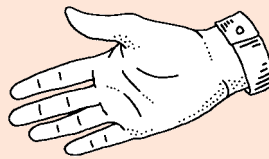
## Fakten, Maßnahmen & Ziele

Im folgenden Überblick finden Sie einen Auszug unserer Ziele und Maßnahmen.  
Weitere Details zu den Maßnahmen finden Sie im Internet unter [www.telekomautria.com](http://www.telekomautria.com).



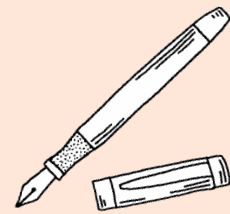
### Gesagt 2013

- Weitere Adaption und Verbesserung der Berichtssysteme mit Fokus auf Zeitpunkt der Veröffentlichung und Reportingqualität
- Etablierung einer Fokusgruppe zum Thema Menschenrechte
- Weiterführung der schrittweisen Implementierung von Nachhaltigkeitsaspekten in die Lieferkette der Telekom Austria Group
- Durchführung einer erneuten Stakeholderbefragung im Rahmen der Aktualisierung der Nachhaltigkeitsstrategie (Ende 2014/Anfang 2015)
- Weiterführung der externen Zertifizierung der Umweltmanagementsysteme sowie Einführung in der Republik Serbien (2014/2015)
- Veröffentlichung eines Datenschutzberichts 2014 (A1)
- Umsetzung von bewusstseinsbildenden Maßnahmen für MitarbeiterInnen mit Schwerpunkt Datenschutz



### Getan 2014

- Weitere Verbesserung des internen Reportingsystems, insbesondere bei Prozessen zur Erhebung der Umweltkennzahlen, erfolgreiche Vorverlegung der Veröffentlichung
- Etablierung und Festigung der vereinbarten sozialen und ökologischen Kriterien für den Beschaffungsprozess der Telekom Austria Group, Optimierung interner Prozesse bei der Bewertung
- Erfolgreiche Durchführung einer Wesentlichkeitsanalyse Ende 2014/Anfang 2015 mit einer Beteiligung von mehr als 1.000 Stakeholdern
- Weiterführung der externen Überprüfungen der Umweltmanagementsysteme sowie EMAS, Vorbereitung der Einführung von ISO 14001 in der Republik Serbien für 2015
- Implementierung und Ausrollung eines Datenschutz-E-Learnings für MitarbeiterInnen sowie Veröffentlichung eines Datenschutzfolders bei A1



### Geplant 2015

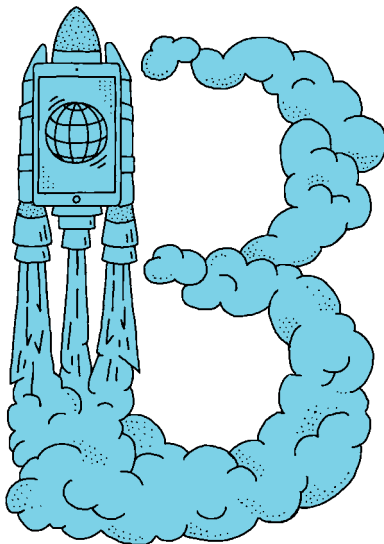
- Weitere Adaptierung und Verbesserung der Berichtssysteme mit Fokus auf Qualität und Erhebungszeitpunkt
- Aktualisierung der Nachhaltigkeitsstrategie auf Basis der durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse sowie Neusetzung von Zielen
- Evaluierung und Festlegung von weiteren Maßnahmen zur Förderung einer nachhaltigen Beschaffung innerhalb der Telekom Austria Group
- Weiterführung der externen Zertifizierung der Managementsysteme wie ISO oder EMAS, Einführung der ISO 14001 in der Republik Serbien
- Schrittweise Umsetzung des Themas Menschenrechte (2015/2016)



2014 hat der mobile Datenverkehr um 69% zugenommen. Bis 2019 werde sich das Datenvolumen durch Mobilfunkgeräte fast verzehnfachen, schätzt der Netzwerkausrüster Cisco. Und die Geschwindigkeit der Datenübertragung werde sich auf vier Megabit pro Sekunde mehr als verdoppeln. Dabei übernimmt der neue Mobilfunkstandard 4G zwei Drittel des Datenverkehrs. Fast drei Viertel davon dienen zur Übertragung von Videos. So bleibt Mobiles Breitband das am schnellsten wachsende Segment auf diesem Mobilfunkmarkt, global macht sein Anteil 32% aus. Das ist viermal mehr als noch vor fünf Jahren.

### Kundenzufriedenheit im Fokus

Ein tragendes Element für den Geschäftserfolg der Telekom Austria Group ist die Zufriedenheit ihrer Kundinnen und Kunden. Daher spielen deren Bedürfnisse bereits im Produktentwicklungsprozess eine entscheidende Rolle. Zur Ermittlung von Verbesserungen für Produkte und Services dienen auch



## Breitband

**Bis zu 300 Megabit pro Sekunde mobil und bei Feldversuchen bereits sagenhafte 400 Gigabit pro Sekunde im Festnetz-Backbone. Mit solchen Übertragungsraten verbinden uns die neuesten Breitbandtechnologien nicht nur per Glasfaser „in Lichtgeschwindigkeit“ mit den Schaltstellen der digitalen Gesellschaft.**

### Kundenkontakte im Customer Service

	2014	2013
Österreich	20.700	22.300
Bulgarien	3.931	4.375
Kroatien	3.592	3.412
Weißrussland	4.944	5.125
Slowenien	1.074	907
Republik Serbien	2.614	3.091
Republik Mazedonien	1.735	1.429
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>38.590</b>	<b>40.640<sup>2)</sup></b>

2) Inklusive mobilkom liechtenstein

Umfragen. Die Teams des Beschwerdemanagements werden ständig geschult und arbeiten mit Konsumentenschutzorganisationen zusammen. Auch klassische Social-Media-Kanäle wie Facebook, Twitter, YouTube und Google+ sorgen für ständiges Feedback – ebenso wie eigens hierfür etablierte Support Communities, Crowdsourcing und Engaging.

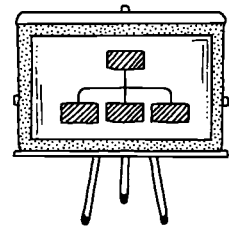
Um die Kundenzufriedenheit in den unterschiedlichen Ländern auf einer vergleichbaren Basis messen und bewerten zu können, kommen der Brand Net Promotor Score (Brand NPS) und der Touchpoint Net Promotor Score (TNPS) zum Einsatz. Der Brand NPS gibt Auskunft über die Einstellung bzw. „emotionale Bindung“ der KundInnen zur jeweiligen Tochtergesellschaft. Der TNPS misst die Kundenzufriedenheit mit dem Service am Telefon, in den Shops und den Online-Kanälen. Bei Bedarf finden Umfragen sowie qualitative Interviews, die Analyse von Online-Plattformen und extern durchgeführte Studien statt. So sind z. B. 76% der A1 Privatkunden sehr bzw. eher zufrieden und die Zufriedenheit konnte seit 2013 signifikant gesteigert werden. Aus den Ergebnissen schlussfolgert und implementiert die Telekom Austria Group Optimierungen bei Produkten und Dienstleistungen. (—> PR5)

### Produkte für die Zukunft

Heute sind die Endgeräte der KundInnen „smart“. Damit lassen sich verschiedene Anwendungen gleichzeitig ausführen. Künftig werden auch immer mehr

1) World Economic Forum, ICT for Economic Growth: A Dynamic Ecosystem Driving the Global Recovery, 2009

## Management der Aspekte des Handlungsfeldes Produkte



### Wesentliche Aspekte (Verantwortlichkeiten)

- Kundenorientierung (Marketing)
- Netzqualität und Ausfallsicherheit, Innovationsförderung (Operation, Network Service & IT, Technology Strategy, CEO Office, Marketing)
- Ökologische Produktgestaltung (Purchasing, Marketing)
- Elektromagnetische Felder „EMF“ (Network Service & IT)
- Anrainereinbindung (Operation, Network Service & IT, Technology Strategy)
- Ausbau in abgelegenen Gebieten (Operation, Network Service & IT)

### Standards und Managementsysteme

- Kundenorientierung, Netzqualität und Ausfallsicherheit: gruppenweite Tools zur Messung der Kundenzufriedenheit, Business-Continuity-Pläne, ISO 9001, interne Kontrollsysteme
- Innovationsförderung: Startup Campus/-Initiativen, Wissensplattformen, Ideenmanagement
- Ökologische Produktgestaltung: Berücksichtigung ökologischer Kriterien im Einkaufsprozess
- EMF: Gruppenweite EMF-Policy, EMF-Board
- Anrainereinbindung/Ausbau in abgelegenen Gebieten: gesetzliche Anforderungen, gruppenweite EMF-Policy

Maschinen, Geräte und Sensoren mitkommunizieren. Die Machine-to-Machine-Kommunikation (M2M) soll bis 2020 jährlich um 23% wachsen. Ihre Grundlage ist der intensive und flächendeckende Ausbau von Festnetz und mobilen Netzwerken. Dabei liegt der Fokus auch bei der Telekom Austria Group auf 4G/LTE (siehe Leuchtturmprojekte, Seite 23).<sup>2)</sup> Für das Geschäftsfeld M2M gründete die Unternehmensgruppe bereits im Jahr 2011 ein eigenes Tochterunternehmen: die Telekom Austria Group M2M GmbH.

Sie berät KundInnen in Österreich und CEE entlang der gesamten Wertschöpfungskette, vom Projektdesign bis zum Betrieb der M2M-Anwendungen. Ihre Stärke sind Gesamtlösungen aus einer Hand: vom kosteneffizienten Flottenmanagement über umfangreiche Smart-Metering-Dienstleistungen mit Zähler-systemen, Zählerdatenmanagement und Roll-Out-Services bis hin zu modularen Lösungen für die Industrieautomatisierung oder Fernwartung. 2014 wurde die cloudbasierte M2M-Application-Enablement-Plattform „FLEXify“ zur Industrieautomatisierung und Fernwartung um ein Energieeffizienz-Überwachungssystem erweitert.

(—> TA1, 2, EN27)

### Klimafreundliche Produkte

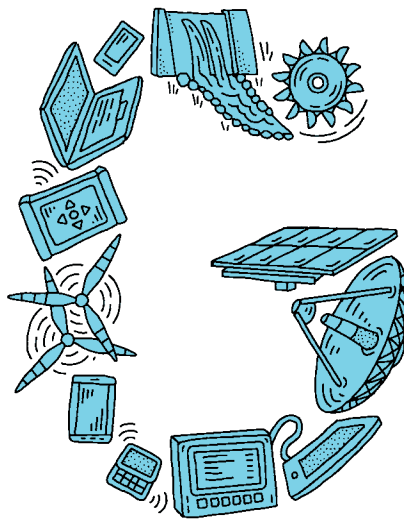
Die Netze der Telekom Austria Group ermöglichen die Entwicklung intelligenter Stromnetze oder smarterer Logistikkonzepte, aber auch virtuelle Meetings. So tragen sie indirekt auch zur Verringerung von Emissionen in Unternehmen anderer Branchen und Industrien bei.

In Österreich telefonieren, surfen und fernsehen die KundInnen von A1 klimafreundlich. Denn seit 2014 wird das A1 Netz zu 100% CO<sub>2</sub> neutral betrieben. (siehe Leuchtturmprojekte Seite 33).

(—> TA1, 2, EN27)

2) Deloitte & Touche, Auf dem Weg in die Zukunft, Herausforderungen und Chancen im M2M-Markt, 2014

3) www.ec.europa.eu/health/scientific\_committees



## Grüne IKT

Von der Wurzel über Trieb und Blüte bis zum Kompost. Über ihren gesamten Lebenszyklus hinweg haben Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) grünes Potenzial. Indem Beschaffung, Herstellung, Betrieb und Entsorgung ressourcenschonend gestaltet werden. Bei der Infrastruktur wie auch beim Portfolio.

### Netzqualität und Ausfallsicherheit

Für HD-Fernsehen oder Videokonferenzen ist ein schnellerer Internetzugang nötig als in der EU allgemein verfügbar. Daher will die Digitale Agenda der EU bis 2020 eine Downloadgeschwindigkeit von über 100 Mbit/s sicherstellen. Die EU fördert dazu ebenso wie Österreichs Regierung den Breitbandausbau. A1 begann 2015 mit dem größten Infrastrukturprogramm der Unternehmensgeschichte in Österreich. Mehr als drei Millionen Adressen sind nun an das A1 Glasfasernetz angebunden – ein Versorgungsgrad von rund 70%. (—> PA4)

### Qualität der Netze

Die Telekom Austria Group erachtet beste Netzqualität als Differenzierungsmerkmal im Wettbewerb. Sie ermöglicht zudem Synergien in der gesamten Gruppe. Als einer der größten Backbone-Netzbetreiber weltweit mit 200 Knotenpunkten in 47 Ländern trägt das

Unternehmen maßgeblich zur Ausfallsicherheit der Netze bei. Die Marktführerschaft der Telekom Austria Group bei Infrastruktur und Qualität bestätigen regelmäßige Spitzenergebnisse bei Tests und Rankings. Auch 2014 war A1 die Nummer 1 in Österreich. (—> PA3)

### Investitionen und „smarter“ Breitbandausbau

2014 bildeten der LTE-Ausbau und der weitere Festnetz-Breitbandausbau in Österreich Investitionsschwerpunkte der Telekom Austria Group, deren Anlagenzugänge (CAPEX) sich in diesem Jahr auf insgesamt 757,4 Mio. EUR beliefen. Es wurden neue Frequenzen in Slowenien erworben und Lizenzen für Teile des bestehenden Spektrums in Bulgarien verlängert. 2015 erwarb Vip mobile in der Republik Serbien zwei Blöcke aus dem 1800-MHz-Spektrum, um LTE einzuführen. (—> IO1, EC7)

Kern der Glasfaserstrategie der Telekom Austria Group ist es, den steigenden Bedarf an Bandbreite flächendeckend zu adressieren. Im Vordergrund stehen die Nutzung von Glasfaser sowie die Nutzung neuer kupferbasierter Technologien wie Vectoring oder G.fast.

### Im Fokus: LTE

Die Telekom Austria Group hat das Ziel, in ihren Ländern eine Versorgung über das 2G-Netz zu 99% und mit dem 3G-Netz zu 90% sicherzustellen. Besonderes Augenmerk gilt dem ländlichen Raum. Bis 2016 soll der LTE-Ausbau in Österreich und Slowenien beinahe flächendeckend mobiles Surfen mit 4G/LTE ermöglichen. A1 und Si.mobil setzten mit LTE Carrier Aggregation in ausgewählten Ballungszentren zudem einen wichtigen Schritt zu LTE Advanced. Damit ist Datenübertragung mit bis zu 300 Mbit/s möglich. Um bei der Festlegung

### 4G/LTE-Versorgung 2014

Österreich: >60%

Kroatien: >27%

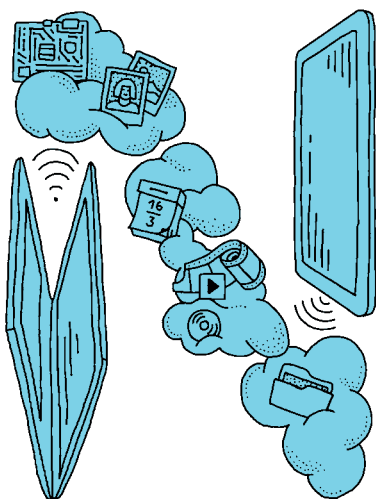
Slowenien: >75%

Republik Mazedonien: >42%

zukünftiger 5G-Standards eine entscheidende Rolle zu spielen, ist die Telekom Austria Group der „Next Generation Mobile Networks Alliance“ beigetreten. (—> PA1, 4)

### Mobilfunk und Gesundheit

Mobilfunk bedingt elektromagnetische Felder (EMF). Inwieweit diese Einfluss auf die Gesundheit nehmen, wird in der Bevölkerung nach wie vor diskutiert – obwohl auch das Scientific Committee on Emerging and Newly Identified Health Risks (SCENIHR) der EU-Kommission derzeit keinen kausalen Zusammenhang zwischen Mobilfunk und gesundheitlichen Beeinträchtigungen sieht.<sup>3)</sup> In der Telekom Austria Group werden grundsätzlich die Grenzwertempfehlungen der ICNIRP/WHO für Basisstationen und mobile Endgeräte nicht nur eingehalten, sondern im täglichen Betrieb bei Weitem unterschritten. Zudem werden die unterschiedlichen nationalen Gesetze und Richtlinien in den Ländern der Telekom Austria Group selbstver-



## Network Function Virtualisation (NFV)

Bedeutet natürlich nicht, dass das betreffende Netzwerk bloß in einer Scheinwelt funktioniert. Sondern dass flexible softwarebasierte Lösungen spezialisierte und kostspielige Hardware bei spezifischen Netzwerkfunktionen ablösen. Mit entsprechenden Effekten auf Agilität, Effizienz und Ressourcenschonung.

ständig genau beachtet. Eine gruppenweite EMF-Policy stellt sicher, dass alle die Richtlinien zu Gesundheit und Sicherheit in Bezug auf elektromagnetische Felder einhalten, und EMF-Teams informieren die Bevölkerung hierzu vor Ort. Darüber hinaus erfolgen beim Bau und Ausbau der Netze regelmäßige Messungen sowie eine aktive Zusammenarbeit mit lokalen Behörden und Entscheidungsträgern. (—> PR6, PA8, 9, IO4, 5, 6, 7)

### Verfügbarkeit in Krisenfällen

Die Verfügbarkeit der Netze auch in entlegenen Gebieten und vor allem in Notfallsituationen ist für die Telekom Austria Group von höchster Relevanz. Es kommen hierbei eigens trainierte Notfallteams zum Einsatz. Auch helfen die Tochtergesellschaften einander aus, etwa die österreichische A1 der slowenischen Si.mobil mit Stromgeneratoren nach dem Eissturm im Februar 2014 oder nach der Flutkatastrophe 2014 in der Republik Serbien, Bosnien und Kroatien beim Wiederaufbau der Infrastruktur. Auch kooperieren alle Tochtergesellschaften eng mit Feuerwehr, Rettungsdiensten und dem Roten Kreuz. Telefonate zu offiziellen Notrufnummern sind in allen Ländern kostenlos. (—> PA6, 7)

### Innovationsförderung durch NFV

Um die Agilität eines Netzwerks zu steigern und zugleich Kosten zu sparen, setzt die Telekom Austria Group auf Network Function Virtualisation (NFV). NFV gilt als eine der wichtigsten aktuellen Entwicklungen in der Telekommunikationsbranche. Ziel von NFV ist, kostspielige „Silo-Lösungen“, die Hardware und Software von einem Lieferanten umfassen, durch flexible Lösungen zu ersetzen, um Hardware und Software unabhängig voneinander von beliebigen Zulieferern beziehen zu können. NFV verkürzt zudem die Zeitspanne zwischen der Entwicklung neuer Anwendungen und deren Markteinführung. Die Telekom Austria Group hat 2014 NFV-Technologie in vier Feldversuchen erfolgreich getestet. ◆

## Auszeichnungen Netzqualität



- Netztest connect: Gewinner 2014 in 8 von 9 Kategorien (A1)
- Netztest der futurezone: bestes Mobilfunknetz 2014 (A1)
- Netztest Android Magazin: bestes Netz 2014, beste Kundenzufriedenheit 2014 (A1)
- COMPUTERWELT-Magazin: Websppeed Award 2014 (A1)
- Schnellstes 3G-Netz Bulgariens (Mobilitel)

## Wissenswertes für GRI-Experten



- > PR3: Die Telekom Austria Group unterliegt keiner speziellen Kennzeichnungspflicht.
- > IO8: 70% allein genutzte Sendestandorte, 30% gemeinsam genutzte.
- > SO2: In der Telekom Austria Group werden die Grenzwertempfehlungen der ICNIRP/WHO nicht nur eingehalten, sondern bei Weitem unterschritten.
- > SO7: Die Telekom Austria Group fühlt sich einem fairen Wettbewerb verpflichtet und befolgt die wettbewerbsrechtlichen Vorschriften der jeweiligen Gesetzgebung.
- > PA10: Tools zur Kostenkontrolle sowie Vertragsübersicht werden in allen Tochtergesellschaften angeboten. Details siehe online im Maßnahmenprogramm unter telekomaustria.com.

# Der Fahrplan – Produkte

## Ziele 2015

- ➔ **Absicherung der gruppenweiten Netzabdeckung von mindestens 99 % mit 2G und mindestens 90 % mit 3G**
- ⚙️ **Entwicklung von innovativen Lösungen im Bereich Gesundheit, Bildung und Verwaltung**
- ⚙️ **Forcierung von klimafreundlichen Produkten und Lösungen**
- ⚙️ **Steigerung der Kundenzufriedenheit**

Als Basis für die Ziele gilt das Jahr 2012.

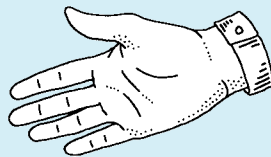
Der Aspekt Datenschutz wurde in das Kapitel „Nachhaltigkeitsmanagement“ verschoben.

📌 IN PLANUNG   ⚙️ IN UMSETZUNG   ➔ IN WEITERFÜHRUNG   ✅ ERREICHT



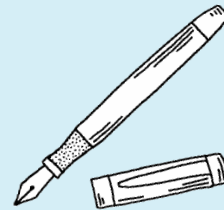
## Gesagt 2013

- Bedarfsorientierter Ausbau der Netzinfrastruktur unter Nutzung neuer Technologien
- Verstärkte Integration ökologischer Aspekte in das Portfolio der Telekom Austria Group
- Weiterentwicklung des Green-ICT-Portfolios, insbesondere im Bereich M2M (z. B. durch Ausbau von spezialisierten Lösungen im Bereich Energieeffizienz, Eco Driving, E-Mobility und Smart Fleet)
- Weiterer Ausbau des Engagements im Bereich Startup-Förderung



## Getan 2014

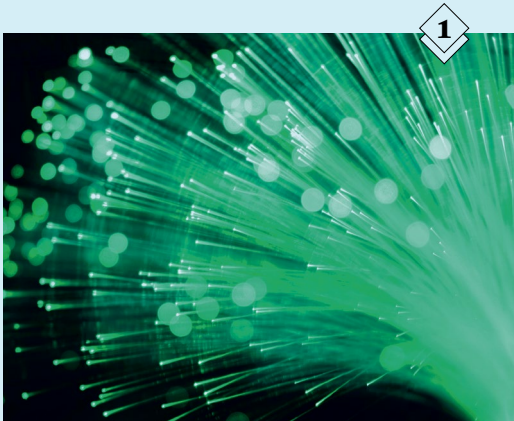
- Anlagenzugänge von 757,4 Mio. EUR, davon 63,9 Mio. EUR für Mobilfunk-spektrum in Slowenien
- Förderung von innovativen Zukunftstechnologien wie Network Function Virtualisation (NFV), G.fast und Vectoring
- Optimierung des bestehenden Produktportfolios im Bereich Gesundheit, Bildung und Verwaltung
- Green-ICT-Produktportfolio weiter ausgebaut, insbesondere im Bereich M2M durch die Weiterentwicklung von Lösungen im Bereich Energieeffizienz (z. B. Entwicklung eines Energieeffizienz-Überwachungssystems und Implementierung von Eco-Driving-Applikationen im Rahmen von Connected-Car-Lösungen)
- Verstärkte Unterstützung von Startups sowie Social Entrepreneurs innerhalb der Telekom Austria Group z. B. durch Gründung eines AI Startup Campus



## Geplant 2015

- Forcierung des bedarfsorientierten Infrastrukturausbaus sowie verstärkter Einsatz neuer Technologien
- Förderung des LTE-Ausbaus in den Tochtergesellschaften
- Kontinuierliche Weiterentwicklung des bestehenden Produktportfolios im Bereich Gesundheit, Bildung und Verwaltung
- Weiterentwicklung des Green-ICT-Produktportfolios, insbesondere im Bereich M2M durch den Ausbau von spezialisierten Lösungen im Bereich Energieeffizienz

—> Weitere Maßnahmen entnehmen Sie bitte dem Maßnahmenprogramm online unter [www.telekomaustria.com](http://www.telekomaustria.com)



# Leuchtturmprojekte



**1** Der erfolgreiche 400-Gbit/s-Feldversuch zwischen den Städten Zagreb in Kroatien und Ljubljana in Slowenien stellt erneut die Innovationskraft der Telekom Austria Group unter Beweis. Die dabei eingesetzte Hochgeschwindigkeitstechnologie führt zu einer Vervierfachung der Netzkapazität und ermöglicht damit die effiziente und kosteneffektive Umsetzung dynamischer paketbasierter Dienste. Unter dem Motto „Greentouch Initiative“ reduziert der 400-Gbit/s-Transport den Strombedarf um 47 % und den Platzbedarf um 65 % gegenüber der bestehenden 100-Gbit/s-Technologie.

**2** Die mazedonische Tochtergesellschaft Vip operator brachte 2014 die Self-Service-Plattform „m-care“ und 2013 die Plattform „e-care“ auf den Markt, die eine schnelle und komfortable Verwaltung von Tarif, Kosten etc. ermöglichen. Tools und Apps zur Kostenkontrolle sind in allen Tochtergesellschaften der Telekom Austria Group verfügbar, in Österreich, Bulgarien und Kroatien zudem die Vodafone Consumer Services.

**3** Um Sicherheitsstandards zu belegen und damit Vertrauen zu stärken, veröffentlichte A1 2014 erstmals einen umfassenden Folder zum Thema Datenschutz. Dieser ist online sowie in allen Shops österreichweit erhältlich. Ebenso wurde ein eigenes E-Learning-Tool entwickelt, um MitarbeiterInnen regelmäßig im Umgang mit sensiblen Daten zu schulen.

**4** Die slowenische Tochtergesellschaft Si.mobil ist gemeinsam mit acht weiteren Unternehmen Teil der Startup-Initiative „Start: Cloud“, die 2014 in die dritte Runde ging. Im Rahmen des Programms erhalten JungunternehmerInnen fünf Monate lang Unterstützung durch ExpertInnen, die ihre umfassende Erfahrung zur Verfügung stellen. Der Gewinner des „Start:Cloud“-Programms wird von Si.mobil mit 10.000 Euro unterstützt.





HANDLUNGSFELD UMWELT

## Living Green



Zur kontinuierlichen Reduktion ihres ökologischen Fußabdrucks setzt die Telekom Austria Group auf Energieeffizienz, verstärkte Nutzung erneuerbarer Energie, Förderung klimafreundlicher Mobilität und Ressourcenschonung.

## Behutsamer Umgang mit der Umwelt

Klimawandel und Umweltschutz gehören zu den zentralen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts. Die Telekom Austria Group stellt sich ihnen und zielt auf eine kontinuierliche Senkung ihrer Umweltauswirkungen.

### Die Welt im Klimawandel

Das Weltklima ändert sich. Das war immer schon so. Doch im Unterschied zu früher nehmen heute menschliche Aktivitäten erheblichen Einfluss auf diese Veränderungen. WissenschaftlerInnen versuchen, die Folgen abzuschätzen. Doch Prognosen sind zwar möglich, aber meist stark umstritten. Eine aktuelle Studie von NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration) konstatiert jedenfalls, dass im März 2015 der globale monatliche Durchschnittswert der CO<sub>2</sub>-Konzentration in der Atmosphäre erstmals 400 ppm (parts per million) überstieg.<sup>1)</sup> Um Trends wie jenem zur Klimaerwärmung entgegenzuwirken, werden weltweit Klimaziele formuliert. Die im Oktober 2014 veröffentlichten EU-Klimaziele sehen bis 2030 eine Steigerung der Energieeffizienz und des Anteils erneuerbarer Energien auf mindestens 27 % vor. Vor allem soll der Ausstoß sogenannter Treibhausgase wie CO<sub>2</sub> um 40 % verringert werden.<sup>2)</sup>

### Klimawandel und Telekommunikation

Die Telekommunikationsbranche trägt rund 2 % zum weltweiten vom Menschen verursachten CO<sub>2</sub>-Ausstoß bei.<sup>3)</sup> Andererseits zeigt die Studie SMARTer2030,

1) [www.noaa.gov](http://www.noaa.gov)

2) Basiswert 1990, [www.europa.eu](http://www.europa.eu)

3) SMARTer2030, 2015

4) British Petrol: BP Statistical Review of World Energy, June 2014

5) Ericsson: Ericsson Energy and Carbon Report, 2013

6) Telecompaper: Cloud, internet push EU energy consumption of ICT sector, 2014

dass bis 2030 durch Lösungen aus dem Informations- und Kommunikationsbereich 20% der weltweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden werden könnten. Solche Lösungen sind allerdings auch durch ein dynamisches Wachstum der übertragenen Datenvolumina gekennzeichnet. Die zunehmende Datenverarbeitung und -speicherung bringt wiederum einen größeren Energiebedarf mit sich. Daher sind Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz nötig. Außerdem sollte der Energiebedarf möglichst klimaneutral aus erneuerbaren Energiequellen gespeist werden, also vor allem nachhaltig sein.

### Der weltweite Energiebedarf

Zwischen 2003 und 2013 ist der weltweite Energiebedarf um 28% gestiegen.<sup>4)</sup> Vom gesamten Energiebedarf der Welt sind der Telekommunikationsbranche derzeit rund 2% zuzuschreiben. Prognosen zufolge sollen 2018 bereits 90% aller Menschen weltweit Zugang zu



## Fußabdruck

Der „große Fuß“ ist eine gängige Metapher für ökonomisch exzessives Leben. Der ökologische oder auch der CO<sub>2</sub>-Fußabdruck erweitert sie um weitere Fragestellungen. Nämlich inwieweit und in welchem Ausmaß man mit seinem individuellen Lebensstil die Existenzgrundlage künftiger Generationen bedroht.

einem Mobilfunknetz und 60% davon Zugang zu LTE haben.<sup>5)</sup> Die steigenden Datenmengen und neuen Anwendungen könnten zwischen 2011 und 2020 einen Zuwachs des Energiebedarfs für IKT um 21% bedingen.<sup>6)</sup> Die große Herausforderung besteht also darin, energieeffiziente Lösungen auch für diese Entwicklung zu finden.

### Energieeffiziente Netze

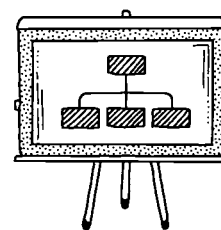
Der Energiebedarf der Telekom Austria Group betrug im Jahr 2014 rund 681.721 MWh. Etwa 80% davon dienen zum Betrieb der Netzinfrastruktur. Netze sind demzufolge ein entscheidender Aspekt bei der Frage, wie Kommunikationsunternehmen energieeffizient werden und einen Beitrag zum Schutz von Umwelt und Klima leisten können.

Die Telekom Austria Group hat sich bis 2015 zum Ziel gesetzt, die Energieeffizienz im Vergleich zu 2012 um 20% zu erhöhen. Gemessen wird dies am Energieeffizienzindikator, der angibt, wie viele MWh pro Terabyte an transportiertem Datenvolumen benötigt werden. Per Ende 2014 wurde hierbei bereits eine Verbesserung von 2,1 auf 0,8 erreicht. Im Bereich der Netzinfrastruktur setzt das Unternehmen zahlreiche Maßnahmen zur Optimierung der Energieeffizienz. So erfolgt beispielsweise eine Anpassung der GSM-Ressourcen von Mobilfunkstationen entsprechend der Anzahl der Mobiltelefone, die im jeweiligen Moment aktiv sind: Zu Spitzenzeiten laufen die Systeme mit Höchstleistung, in verkehrsschwächeren Zeiten werden die GSM-Kapazitäten stufenweise heruntergefahren. Das spart rund 10% Strom an jedem aktivierten Standort.

In den Rechenzentren verbraucht die Kühlung der Geräte einen Großteil der Energie. Die Telekom Austria Group nutzt daher innovative Kühlkonzepte wie Kaltgangeinhausungen, Hot-Spot-Absaugungen, hybride Lüftungssysteme oder Wärmerückgewinnungsanlagen. Verglichen mit herkömmlichen Kühlsystemen ist damit eine Reduktion des Energieverbrauchs um bis zu 75% möglich.

(—> EN5, 6, 7)

## Management der Aspekte des Handlungsfeldes Umwelt



### Wesentliche Aspekte (Verantwortlichkeiten)

- Energiebedarf (Service Network & IT, Purchasing, Corporate Sustainability, Facility & Resource Management)
- Recycling (Service Network & IT, Purchasing, Corporate Sustainability, Facility & Resource Management)
- Abfall (Service Network & IT, Corporate Sustainability)
- Produkte mit Umweltschuttpotenzial (Marketing, Corporate Sustainability)
- Klima- & Umweltschutz (Corporate Sustainability)
- Emissionen (Service Network & IT, Corporate Sustainability)

### Standards und Managementsysteme

Alle wesentlichen Aspekte des Handlungsfeldes werden durch die folgenden Standards und Managementsysteme geregelt:

- Gruppenweite Umweltpolitik
- Umweltmanagementsysteme ISO 14001 / 50001 oder EMAS in 64% aller Unternehmenseinheiten
- Jährliche Erhebung gruppenweiter Umweltkennzahlen
- Gesetzliche Rahmenbedingungen des jeweiligen Landes

### Kooperationen

- ETNO (Telekom Austria Group)
- klimaaktiv (A1)
- Code of Conduct on Data Centers Energy Efficiency (A1)
- Green Network (Si.mobil)
- Ecologist without Borders (Si.mobil)

(—> G4.15)

# Das erste grüne Netz Österreichs.



CO<sub>2</sub> Neutral

## Wir investieren in die Natur.

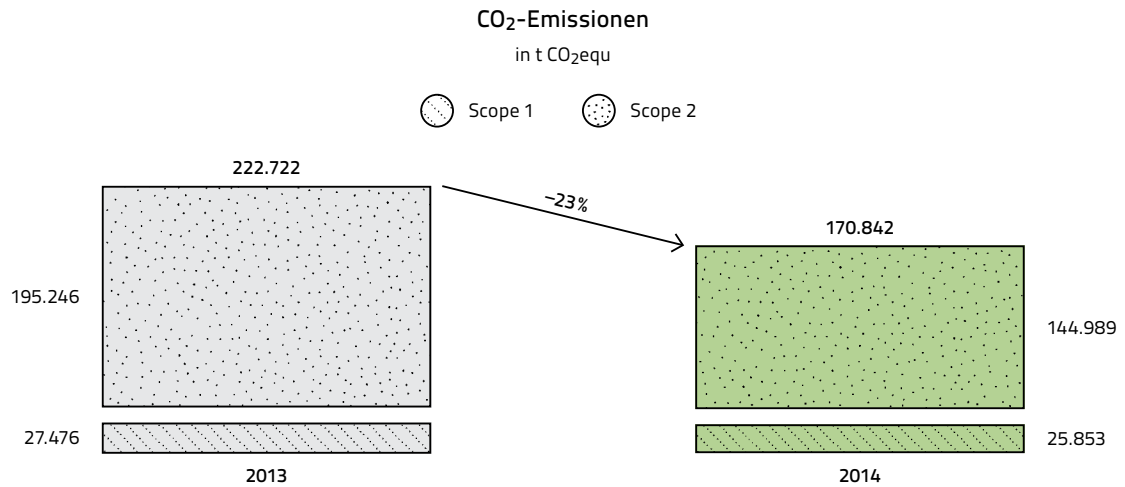
- A1 betreibt als erster Kommunikationsanbieter Österreichs sein Netz zu 100% CO<sub>2</sub> neutral.
- Laufende Reduzierung des Energieverbrauchs durch moderne, umweltfreundliche Lösungen.
- A1 nutzt zu 100% Strom aus erneuerbarer Energie.
- Jetzt mit gutem Gewissen im Netz von A1 CO<sub>2</sub> neutral telefonieren, surfen und fernsehen.

Einfach A1.



# Umweltkennzahlen 2014: minus 23% Kohlendioxid<sup>1)</sup>

2014 sanken die CO<sub>2</sub>-Emissionen der Telekom Austria Group um 23%.<sup>1)</sup> Diese positive Entwicklung ist insbesondere auf die Initiative „CO<sub>2</sub> neutrales Netz“ in Österreich zurückzuführen (siehe Seite 28). Unter Berücksichtigung der CO<sub>2</sub>-Kompensation konnten die Gesamtemissionen im Jahr 2014 sogar um 31%<sup>1)</sup> gesenkt werden.



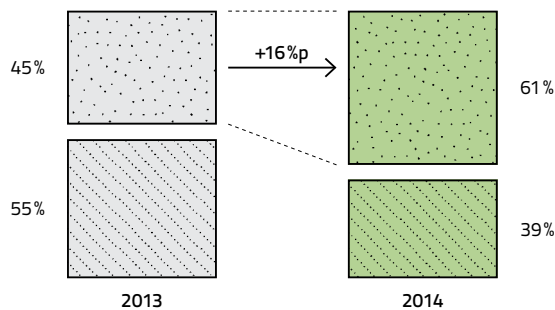
1) CO<sub>2</sub>-Emissionen beinhalten Scope 1 und Scope 2

(—> EN15, 16, 19)

## Anteil erneuerbarer Energie am Strom

in %

Erneuerbare Energie    
  Nicht erneuerbare Energie

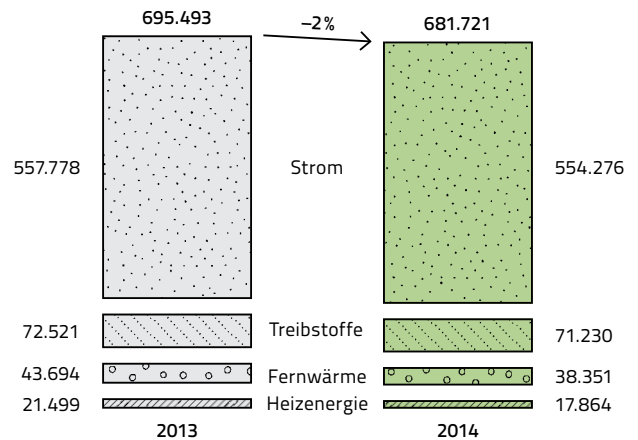


2014 stieg der Anteil erneuerbarer Energie am Strom von 45% auf 61%. Dies gelang durch die Umstellung auf 100% Strom aus erneuerbarer Energie in Österreich im Rahmen der Initiative „CO<sub>2</sub> neutrales Netz“ (siehe Seite 28).

(—> EN3)

## Gesamtenergieverbrauch

in MWh



Der Gesamtenergieverbrauch konnte trotz steigenden Datenvolumens und fortschreitenden Netzausbaus 2014 um rund 2% gesenkt werden. Während der Stromverbrauch um 1% sank, ging der Verbrauch von Heizenergie und Fernwärme um 12% bzw. 17% zurück. Der Verbrauch an Treibstoffenergie wurde um 2% reduziert.

(—> EN3, 6)



## CO<sub>2</sub> neutral

**Kann Kohlendioxid neutral sein? Wer weiß. Jedenfalls aber sollte man ihm nicht neutral gegenüberstehen. Indem man bewusst Aktivitäten vermeidet oder reduziert, die einen Ausstoß dieses klimafeindlichen Treibhausgases verursachen. Und unvermeidliche Emissionen durch Kompensation neutralisiert.**

### Erneuerbare Energien

2013 stammten weltweit nur rund 9%<sup>7)</sup> des Stroms aus erneuerbaren Ressourcen. Die Verbrennung fossiler Energieträger ist eine der größten CO<sub>2</sub>-Quellen. Die Nutzung von erneuerbarer Energie hingegen gilt als klimaneutral.

Daher forciert die Telekom Austria Group den Bau eigener Anlagen zur Produktion von nachhaltiger Energie. Ihren mit 4.800 m<sup>2</sup> größten Photovoltaikpark betreibt die österreichische Tochtergesellschaft A1 bei der Erdefunkstelle Aflenz mit einer Leistung von 195 Kilowatt Peak (kW<sub>p</sub>). So werden jährlich bis zu 90 Tonnen CO<sub>2</sub>-Emissionen vermieden. Bei den Tochtergesellschaften in Kroatien und Slowenien werden mehr als 60 Mobilfunkstationen mit Solar- oder Windenergie bzw. mit Wasserstoff-Brennstoffzellen betrieben. Dank

7) IEA, 2014

8) Inklusive Kompensation

9) Exklusive Kompensation

Maßnahmen wie diesen sowie dem „CO<sub>2</sub> neutralen Netz“ von A1 stieg 2014 der Anteil erneuerbarer Energie in der Telekom Austria Group von 45% auf 61%.

### CO<sub>2</sub> neutrales Netz von A1

Seit 2014 betreibt die österreichische Tochtergesellschaft A1 ihr Netz zu 100% CO<sub>2</sub> neutral und spart damit jährlich mehr als 68.000 Tonnen<sup>8)</sup> CO<sub>2</sub> ein. Erreicht wurde dies durch eine Steigerung der Energieeffizienz der Netzinfrastruktur sowie die Umstellung auf 100% Strom aus erneuerbarer Energie. Lediglich 22% der netzrelevanten CO<sub>2</sub>-Emissionen wurden durch die freiwillige Unterstützung von hochwertigen Klimaschutzprojekten kompensiert. Das „CO<sub>2</sub> neutrale Netz“ wurde nach dem Standard PAS 2060 und nach der ISO-Norm 14064 Teil 3 vom TÜV SÜD geprüft und bestätigt. Somit telefonieren, surfen und fernsehen A1 Kundinnen und Kunden seit 2014 CO<sub>2</sub> neutral und reduzieren damit auch ihren eigenen ökologischen Fußabdruck (siehe Seite 31). (—> EN7)

### Fuhrpark und Logistik

Die Telekom Austria Group verfügt in allen Tochtergesellschaften in Summe über einen Fuhrpark von rund 4.800 Fahrzeugen unterschiedlicher Art. Um die damit gefahrenen Kilometer zu verringern, setzt sie auf innovative Logistikkonzepte, wodurch alleine bei A1 die jährliche Fahrstrecke um über eine Million Kilometer reduziert werden konnte. Das entspricht einer Distanz von 26-mal rund um den Äquator. Außerdem wird der Einsatz von Hybrid-, Elektro- sowie erdgasbetriebenen Fahrzeugen stetig vorangetrieben. Ökologische Fahrtrainings, Car-Sharing und die Bereitstellung von 38 Videokonferenzräumen ermöglichten 2014 eine Senkung des Einsatzes fossiler Treibstoffe um 1% (rund 47.000 Liter) im Vergleich zum Vorjahr. (—> EN30)

### Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen

Durch die intelligente Kombination unterschiedlicher Maßnahmen, wie das Abschalten der GSM-Ressourcen in verkehrsschwachen Zeiten, konnten

nicht nur der Energiebedarf reduziert und die Energieeffizienz gesteigert, sondern infolgedessen auch die CO<sub>2</sub>-Emissionen reduziert werden.

Die gruppenweiten CO<sub>2</sub>-Emissionen sanken von 2013 auf 2014 um 23% – eine Verringerung um knapp 52.000 Tonnen.<sup>9)</sup> Diese Einsparung entspricht dem CO<sub>2</sub>-Ausstoß eines durchschnittlichen Fahrzeuges auf einer Strecke von rund 8.500 Äquatorumrundungen. Die Telekom Austria Group ist damit auf einem guten Weg, ihr CO<sub>2</sub>-Reduktionsziel von 25% im Zeitraum von 2012 bis 2020 zu erreichen. (—> EN6, 19)

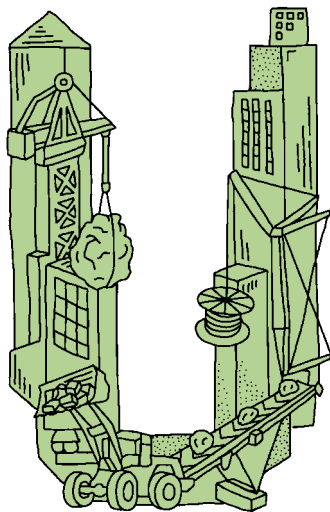
### Urban Mining und Recycling

Endgeräte wie Smartphones oder Tablets werden infolge des dynamischen technologischen Wandels in immer kürzeren Abständen erneuert. Das führt zu einem immer höheren Ressourcen-



## Reduce-Reuse-Recycle

**Wie's scheint, gibt es bei so gut wie allem eine Hierarchie. Selbst beim Abfall. Was der Biologie die Hackordnung ist, übernehmen hier oben genannte drei „R“. Abfallvermeidung ist demnach die Königsdisziplin. Wiederverwendung nachgereichte ritterliche Tugend. Und Recycling grundlegende bürgerliche Pflicht.**



## Urban Mining

**Für die Stadt war bislang eher das Arbeiten tagsüber typisch als unter Tag. Doch „urbaner Bergbau“ hebt im Verborgenen schlummernde Schätze: Bereits verbaute Rohstoffe wie Kupferkabel, Stahlschienen oder Ziegel werden rückgewonnen. Eine Förderstätte für Ressourcenschonung also anstelle von Raubbau.**

bedarf, wodurch „Urban Mining“ zunehmend an Bedeutung gewinnt: Die Stadt wird zur Rohstoffmine. Denn weltweit bergen diese „urbanen Minen“ aktuellen Schätzungen zufolge annähernd so viele Rohstoffe wie noch in natürlichen Ressourcen verfügbar sind. In Zukunft werden „Minen“ dieser Art infolge von Ressourcenengpässen zunehmende Bedeutung als Rohstoffquelle erlangen. Dasselbe gilt für das Life-Cycle-Management ihrer Rohstoffe.

In der Telekom Austria Group wird durch konsequentes Life-Cycle-Management sichergestellt, dass technische Einrichtungen im Einsatz bleiben, so lange es ihre Lebensdauer ermöglicht. Und danach sollen sie wiederverwertet werden. Außer Funktion geratene Geräte oder Einrichtungen werden systematisch in ihre Bestandteile zerlegt und diese fachgerecht recycelt. Das Life-Cycle-Management treibt außerdem Techno-

logiemigrationen und den Austausch alter Plattformen voran. Neue Geräte sind energieeffizienter als alte. Die österreichische Tochtergesellschaft A1 stellte 2014 rund 900 Netzelemente einer alten Transportplattform außer Betrieb. Das führt zu einer nachhaltigen Reduktion des Strombedarfs um etwa 700 MWh pro Jahr.

Ein Gerät wie ein Handy enthält wertvolle Rohstoffe wie Gold, Silber, Palladium, Kupfer und Aluminium. 40 % eines Gerätes sind wiederverwertbar. Daher bietet die Telekom Austria Group Anreize zur Rückgabe. So kann man bei den meisten Tochtergesellschaften Altgeräte kostenfrei in den Shops zurückgeben. Spezialisierte Verwerter prüfen sie und führen sie einem Wiedergebrauch oder einem umweltgerechten Recycling zu. In Österreich werden die Erlöse in Klimaschutzprojekte investiert. Die slowenische Si.mobil unterstützt damit den Si.voda-Fonds zum Schutz von Wasser. (→ EN27, 28)

### Umweltbewusstsein und Abfallvermeidung

Interne Umweltkampagnen der Telekom Austria Group schärfen das Umweltbewusstsein der MitarbeiterInnen. Bei Si.mobil läuft seit 2008 das Umweltprogramm Re.misli. Bei der serbischen Vip mobile seit 2012 „Vip Ecomotivation“ und bei A1 seit 2013 die Mitarbeiterkampagne „A1 wird grün“. Diese Programme bündeln sämtliche Maßnahmen im Umweltbereich. Sie gewährleisten die aktive Einbindung aller MitarbeiterInnen. Auch bei der weißrussischen velcom wurde ein Projekt zur Erhöhung der Recyclingquote in den Shops gestartet. Das Ziel, die Recyclingquote von 2012 bis 2015 um 10 % zu steigern, wurde bereits 2014 erreicht. Neben fachgerechtem Recycling wird auch auf Abfallvermeidung geachtet. Insbesondere der Papierverbrauch soll von 2012 bis 2015 um 10 % verringert werden. Im Berichtsjahr stieg der Verbrauch von Druck- und Kopierpapier um 7 % bedingt durch eine bessere Datenerhebung in den Tochtergesellschaften und aufgrund von Kundenwachstum. (→ PA11)

## Auszeichnungen 2014



- „Green-Brand-Gütesiegel“ 2014/2015 für nachhaltiges Handeln (A1)
- „klimaaktiv mobil“-Projektpartner für Kompetenz im Klimaschutz (A1)
- EMAS-Preis 2014 für herausragendes Umweltmanagement (A1)
- „Green Business“ Award, Kategorie Wireless Network Structure (Vipnet)

## Wissenswertes für GRI-Experten



- EN4: Der Energieverbrauch außerhalb der Organisation lag 2014 bei 54.675 MWh und stellt den Energieverbrauch der in Umlauf gesetzten Mobiltelefone der Kundinnen und Kunden sowie die Dienstreisen mit Taxi, Bahn oder Flugzeug der Telekom Austria Group dar.
- EN15: Die biogenen Scope 1 Emissionen betragen 1.378 Tonnen CO<sub>2</sub>, bei Scope 2 und Scope 3 sind keine bekannt.
- EN23: Die Telekom Austria Group fühlt sich einer fachgerechten Entsorgung verpflichtet und hält die Bestimmung der jeweiligen Länder ein.
- EN25: Gefährliche Abfälle wurden fachgerecht zum Großteil national entsorgt.
- EN29: Es wurden 2014 keine Bußgelder in Bezug auf Umweltbelange bezahlt.

# Umweltmaßzahlen: Ein Kompass durch das Dickicht



Immer mehr Unternehmen und Produkte werben mit Aussagen über ihre Umweltverträglichkeit: Autos stoßen weniger Gramm CO<sub>2</sub> pro 100 km aus, Nudeln haben einen kleinen „ökologischen Fußabdruck“, Mobilfunknetze sind „CO<sub>2</sub> neutral“ – jedenfalls jenes von A1 – und vieles mehr. Man kann den Konsumenten durchaus verzeihen, dass viele den Überblick verlieren und sich an das halten, was sie immer schon verglichen haben, den Preis.

Der Grund der Vielfalt ist schnell erklärt: Wir haben nicht nur ein Umweltproblem, sondern viele. Daher messen wir mit dem CO<sub>2</sub>-Fußabdruck unseren Einfluss auf das globale Klima, mit dem Wasser-Fußabdruck den übermäßigen Durst von Landwirtschaft und Industrie, mit dem Eutrophierungs-Potenzial, wieviel Überdüngung wir unseren Flüssen und Seen zumuten, und, und, und.

Um die Sache ein bisschen zu vereinfachen, wurden „aggregierte“ Maßzahlen entwickelt: Diese Maßzahlen fassen den Einfluss auf wichtige Umweltprobleme in einer Maßzahl zusammen. Doch auch hier ist Vorsicht am Platz, die Palette reicht hier von einfachen Abschätzungen, wie viel natürliche

Ressourcen ein Produkt verbraucht hat, (dem „ökologischen Fußabdruck“) bis zu umfassenden Maßzahlen (etwa dem Sustainable Process Index, SPI), die Ressourcenverbrauch und Emissionen gleichermaßen bewerten.

Die Vielfalt wäre nicht so schlimm, würden sich die Ergebnisse der Berechnungen nicht widersprechen. So stößt etwa ein Kernkraftwerk kein CO<sub>2</sub> aus, schneidet daher im CO<sub>2</sub>-Fußabdruck gut ab. Der „ökologische Fußabdruck“ ist fast blind gegenüber der Art, wie Energie bereitgestellt wird, wohingegen der SPI Atomkraft noch schlechter als

---

Der SPI berechnet einen umfassenden ökologischen Fußabdruck unter Berücksichtigung der Rohstoff-, Energie- und Abfallflüsse sowie aller Emissionen in die Umwelt, die über den gesamten Lebenszyklus eines Produktes entstehen.

---

die klimafährdende Elektrizität aus Kohle einstuft, weil hier auch radioaktive Emissionen berücksichtigt werden. Die schlechte Nachricht: Wie immer wir die ökologische Schuhgröße unserer Gesellschaft auch messen, das Ergebnis ist eindeutig: Wir leben auf viel zu großem Fuß! Das lässt sich am besten an Hand des im wahrsten Sinne „heißen“ Themas des Klimawandels erklären. Wir entnehmen derzeit aus fossilen Lagerstätten, in die überschüssiger Kohlenstoff von der Natur aus gutem Grund weggesperrt wurde, dreißig- bis vierzigmal mehr, als durch Sedimentation in den Meeren wieder „entsorgt“ wird. Der Überschuss reichert sich als CO<sub>2</sub> in der Atmosphäre an und heizt uns immer mehr ein.

Die gute Nachricht: Man kann (und soll!) etwas dagegen tun. Unbestritten bewirkt unser Energiesystem wesentliche Umweltprobleme, insbesondere im Hinblick auf den Klimawandel. Strom aus Kohlekraftwerken hat etwa eine bis zu neunmal höhere Umweltwirkung als aus Photovoltaikanlagen. Noch älter sieht Elektrizität aus Kohle gegenüber Windkraft aus, da ist der Faktor sogar mehr als hundertfach. In diesen Ergebnissen stimmen übrigens CO<sub>2</sub>-Fußabdruck und die umfassende SPI-Bewertung recht gut überein. Selbst wenn man den international gesehen sehr guten österreichischen Elektrizitätsmix mit starkem Wasserkraftanteil als Basis nimmt, so ist Photovoltaik-Strom noch immer mehr als dreimal und Windstrom gar 36-mal besser als der Strom aus der Steckdose (Berechnung nach SPI). Konsumenten, die auf die Art der Strombereitstellung in ihren Produkten achten, können daher wirklich einen Unterschied machen!

In einer Welt, die noch immer fossil angetrieben wird, hat jedes Produkt einen negativen Klimaeffekt: Bei irgendeinem Schritt in der Produktionskette, dem „Lebenszyklus“ von der Rohstoffbereitstellung bis zur Entsorgung von Abfall, wird fossile Energie eingesetzt. Ein Weg aus dieser Sackgasse ist Kompensation. Wenn etwa ein Unternehmen Geld dafür ausgibt, dass andere Unternehmen CO<sub>2</sub>-Emissionen reduzieren oder Wälder aufgeforstet werden, kann eine „CO<sub>2</sub>-Gutschrift“ entstehen. Ist diese gleich groß wie die unvermeidliche CO<sub>2</sub>-Belastung durch den eigenen Lebenszyklus, kommt man zu klimaneutralen Produkten.

So unterschiedlich Umweltmaßzahlen auch sind, sie helfen Konsumenten und Unternehmen bei ihren Entscheidungen. Ganz egal, ob man das Preisschild oder die Umweltkennzahl vergleicht, es gilt immer: Weniger ist mehr! ●

Michael Narodoslawsky ist a. o. Univ.-Prof. an der TU Graz und forscht seit mehr als 20 Jahren im Bereich der ökologischen Bewertung.

# Wo entstehen CO<sub>2</sub>-Emissionen<sup>1)</sup> im Netz von A1?

# A1

**Gesamt<sup>2)</sup>**  
67.896 t CO<sub>2</sub>



**Strom 78 %**

308 GWh – entspricht dem jährlichen Stromverbrauch aller Salzburger Haushalte  
52.626 t CO<sub>2</sub>



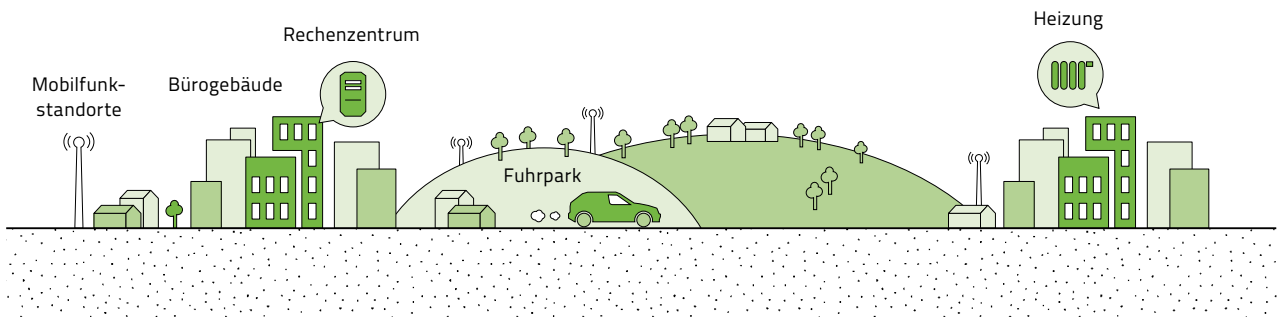
**Fuhrpark 12 %**

43 Mio. gefahrene Kilometer im Jahr – das ist 1.075-mal um den Äquator  
8.250 t CO<sub>2</sub>



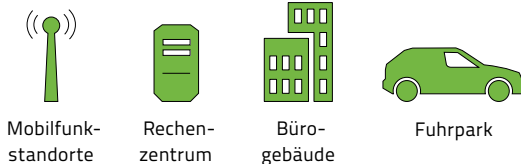
**Heizung 10 %**

27,6 GWh – entspricht dem durchschnittlichen Verbrauch von 5.500 Haushalten  
7.020 t CO<sub>2</sub>

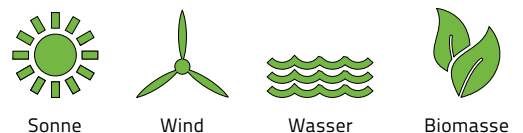


## Der Weg zum „CO<sub>2</sub> neutralen Netz“

**1 Vermeiden & Effizienz steigern**  
Energieverbrauch verringern



**2 Erneuerbare Energie nutzen**  
100% Strom aus erneuerbarer Energie



**3 Kompensation**  
Unterstützung von Klimaschutzprojekten  
Die restlichen 22% CO<sub>2</sub>-Emissionen, die nicht über Maßnahmen reduziert werden können, werden durch die Unterstützung von hochwertigen Klimaschutzprojekten kompensiert.

**Das grüne Netz**  
CO<sub>2</sub> Neutral

1) Sämtliche Zahlenangaben in dieser Grafik sind aus dem Jahr 2013.

2) Netzrelevante Emissionen

Die CO<sub>2</sub>-Berechnungen wurden vom TÜV SÜD geprüft.



# Der Fahrplan – Umwelt

## Ziel 2020

- 🌱 25% Reduktion der CO<sub>2</sub>-Emissionen

## Ziele 2015

- 🌱 20% Steigerung der Energieeffizienz
- 🌱 Ausbau von Projekten im Bereich erneuerbare Energie
- ✅ 10% Verbesserung der Recyclingquote
- 🌱 10% Reduktion des eigenen Papierverbrauchs
- ✅ Erhöhung des E-Billing-Anteils in der Gruppe auf 50%

Als Basis für die Ziele gilt das Jahr 2012.

📌 IN PLANUNG   🌱 IN UMSETZUNG   ➔ IN WEITERFÜHRUNG   ✅ ERREICHT



## Gesagt 2013

- Erfolgreiche Umstellung des Netzbetriebs der österreichischen A1 auf CO<sub>2</sub> neutral
- Implementierung umfassender Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz in der gesamten Gruppe
- Weiterer Ausbau von Photovoltaik-Projekten innerhalb der Telekom Austria Group
- Steigerung der gesammelten Althandys in der Telekom Austria Group
- Verstärkte Umsetzung von Projekten zur Ökologisierung des Fuhrparks
- Förderung von Maßnahmen zur Verringerung des Papierverbrauchs
- Interne Kampagnen zur Verbesserung der Abfalltrennung



## Getan 2014

- Implementierung des „CO<sub>2</sub> neutralen Netzes“ bei der österreichischen A1
- Umsetzung umfassender Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz in der gesamten Telekom Austria Group z. B. durch Optimierung von Klimaanlagen, Umstellung auf LED-Beleuchtung
- Förderung der Nutzung von alternativen Energiequellen wie beispielsweise durch die Implementierung eines Photovoltaikpanels auf Mobilfunkcontainern
- Interne Kampagnen zur Steigerung der Zahl der gesammelten Althandys
- Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung der MitarbeiterInnen der Telekom Austria Group zu Umweltthemen durch zahlreiche interne Kampagnen mit Fokus auf z. B. Abfalltrennung oder Energiesparen
- Reduktion des eigenen Papierverbrauchs durch die Umstellung auf doppelseitiges und Schwarz-Weiß-Drucken sowie weitere Ausrollung von sogenannten „Follow-Me“-Druckern



## Geplant 2015

- Implementierung eines zertifizierten Umweltmanagementsystems nach ISO 14001 in der serbischen Tochtergesellschaft
- Vorantreiben umfassender Maßnahmen im Bereich der Energieeffizienz sowie erneuerbarer Energie in der gesamten Telekom Austria Group
- Interne Kampagnen zur Bewusstseinsbildung und Sensibilisierung der MitarbeiterInnen der Telekom Austria Group zu Umweltthemen
- Implementierung von Maßnahmen zur weiteren Steigerung der Zahl gesammelter Althandys
- Fortführung von Maßnahmen zur Verringerung des Papierverbrauchs

—> Weitere Maßnahmen entnehmen Sie bitte dem Maßnahmenprogramm online unter [www.telekomaustria.com](http://www.telekomaustria.com)

1



Das grüne  
**Netz**

CO<sub>2</sub> Neutral

# Leuchtturm- projekte

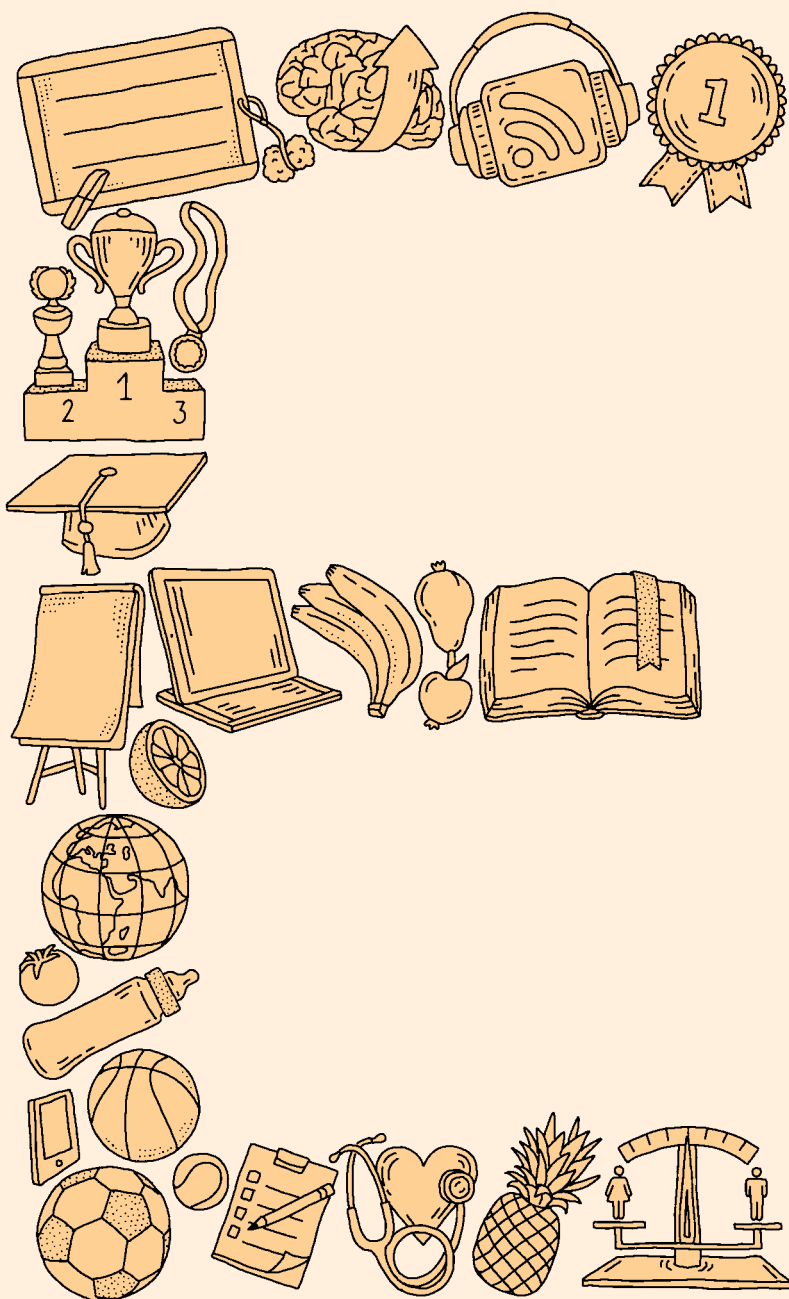


3




4

- 1** Seit 2014 betreibt A1 als erster Kommunikationsanbieter Österreichs sein Netz zu 100 % CO<sub>2</sub> neutral. Die wichtigsten Beiträge leisten dabei die Reduktion des Energiebedarfs, der energieeffiziente Betrieb der Netzinfrastruktur und der Einsatz neuester Technologien. A1 setzt zusätzlich auf 100 % Strom aus erneuerbarer Energie. 78 % der CO<sub>2</sub>-Emissionen, die durch den Netzbetrieb verursacht werden, konnten dadurch vermieden werden. Um die verbleibenden 22 % auszugleichen, unterstützt A1 freiwillig hochwertige Klimaschutzprojekte. Das „CO<sub>2</sub> neutrale Netz“ von A1 wurde vom TÜV SÜD bestätigt (Standard PAS 2060, ISO-Norm 14064 Teil 3).
- 2** Am „Earth Day“, dem 22. April 2014, startete Vip operator mit dem Kundenprogramm „Eco Activation“, um KundInnen zum Umstieg von der Papierrechnung auf Online-Rechnungen zu motivieren. Als Ergebnis konnte deren Anteil mehr als verdoppelt werden.
- 3** Die kroatische Tochtergesellschaft Vipnet legte 2014 erneut einen Fokus auf erneuerbare Energie. Rund 60 Basisstationen wurden mit einem hybriden Energieversorgungssystem aus Photovoltaik, Windturbinen, energieoptimierten Containerlüftungsanlagen und Wasserstoff-Brennstoffzellen ausgestattet. Auf der Unternehmenszentrale wird außerdem Sonnenenergie im Ausmaß von bis zu 30 kW pro Jahr produziert.
- 4** Um das Handyrecycling der KundInnen zu fördern, wurde unter den MitarbeiterInnen der A1 Shops in ganz Österreich eine „Handysammelchallenge“ ausgerufen. Ziel war es, den Anteil gesammelter Althandys österreichweit zu steigern. Die Challenge trug dazu bei, dass bei A1 2014 die Anzahl gesammelter Althandys im Vergleich zum Vorjahr um mehr als das Doppelte gesteigert werden konnte.



HANDLUNGSFELD MITARBEITERINNEN

## Empowering People

 **Durch Fördern und Entwickeln erschließt die Telekom Austria Group das wertvolle Potenzial ihrer MitarbeiterInnen. Eine Kultur gelebter Vielfalt und Gleichstellung sowie die Vereinbarkeit von Beruf und Familie tragen dazu bei.**

## Menschen begründen unseren Erfolg

Eine gesunde Leistungskultur setzt auf Kompetenz, Engagement und unternehmerisches Denken. Die Telekom Austria Group fördert sie mit umfassenden Bildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten.

### Human-Resources-Strategie und -Management

Als Wertgenerator und starker strategischer Partner leistet das Human-Resources-Management der Telekom Austria Group einen bedeutenden Beitrag zur Zukunftsfähigkeit des Unternehmens. Die Human-Resources-Strategie ist dabei eng mit den Zielsetzungen der Unternehmensstrategie verknüpft. Zu den wesentlichen Aufgaben gehört hierbei neben fundierter Aus- und Weiterbildung, die Rahmenbedingungen für ein faires und leistungsorientiertes Unternehmen zu gestalten. Die gezielte Vernetzung von ExpertInnen innerhalb der Gruppe sichert den Austausch von Fachwissen und fördert den Wissenstransfer ebenso wie die Bewahrung von Know-how im Unternehmen.

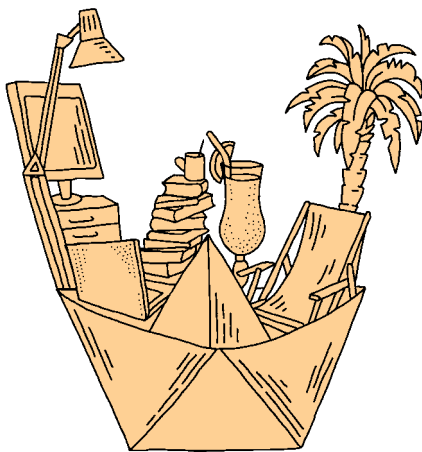
### Talent-Management

Der Suche nach neuen Talenten und High Potentials galt ein Schwerpunkt im Jahr 2014. Sie zu finden, zu fördern und zu entwickeln, führt zu einer langfristigen Bindung an das Unternehmen. Und damit auch zu einem nachhaltigen, der unternehmerischen Wirtschaftlichkeit zuträglichen Wertbeitrag. Die High Potentials werden einmal jährlich von Human Resources und den Führungskräften ausgewählt und in entsprechenden Programmen gefördert. Das sichert künftigen Nachwuchs für Schlüssel- und Managementpositionen.

### Aus- und Weiterbildung

Die Telekom Austria Group Business School bietet MitarbeiterInnen Ausbildungs- und Entwicklungsmöglichkeiten

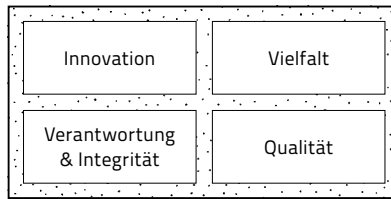
im eigenen Unternehmen. 2014 absolvierten MitarbeiterInnen hier insgesamt 18.744 Trainingsstunden. Die Business School fokussiert auf die Erhöhung der Führungs- und Innovationskompetenz und will eine inspirierende Lernkultur im Unternehmen schaffen. 2014 lag ein Schwerpunkt in der Bildung von „Communities of Expertise“. Sie eröffnen die Möglichkeit, Erfahrungen sowie Best-Practice-Beispiele auszutauschen. Außerdem erfolgen Aus- und Weiterbildungen auch national in den Tochtergesellschaften. Dort liegen die Schwerpunkte im Bereich der individuellen Ausbildung im Rahmen der konkreten Tätigkeit. Darüber hinaus werden Formate angeboten, mit denen MitarbeiterInnen ihr Wissen erweitern können: E-Learnings, Videos, Artikel, Podcasts oder auch offene Onlinekurse. Der 2014 gruppenweit eingeführte „eCampus“ schafft unternehmensübergreifende Synergien und ermöglicht einheitliche Standards in Sachen Weiterbildung sowie Best-Practice-Sharing. (→ LA9, 10)



## Work-Life-Balance

**Vielbemühter Begriff mit hohem Interpretationsspielraum zwischen Wunsch- und Anspruchsdenken. Impliziert unzutreffend, dass Arbeit nicht Teil des Lebens sei. Meint eigentlich, dass diese mit privaten Lebensbereichen wie Familie, sozialen Aktivitäten oder Freizeit in gesundem Einklang stehen soll.**

## Die Werte der Telekom Austria Group



(→ G4.56)

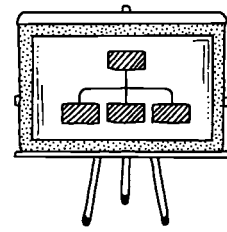
### Förderung junger Talente

Jungen NeueinsteigerInnen stehen gruppenweite Programme wie das „Group Young Potential Program“ oder das „Graduates“-Programm offen. Außerdem werden sie von lokalen Programmen wie „A1 Trainee“ in Österreich und „Vip alumni“ in Kroatien (siehe Leuchtturmprojekte Seite 39) unterstützt. Dabei sind sie für einen bestimmten Zeitraum in unterschiedlichen Bereichen der Telekom Austria Group tätig. Am Ende des Programms können sie eine feste Anstellung erlangen. A1 in Österreich und MobilTel in Bulgarien bieten Lehrstellen. 2014 haben in Österreich 232 Lehrlinge ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen, in Bulgarien waren es 96.

### Internationaler Austausch und Aufstiegschancen

Die richtige Person an der richtigen Position – das ist ein zentrales Ziel des Human-Resources-Managements. Es bringt Vorteile für beide Seiten: Die richtigen MitarbeiterInnen an der richtigen Stelle haben das entsprechende Fachwissen und werden zu Impulsgebern für das Team. Ihr Know-how und ihr Engagement bleiben nachhaltig im Unternehmen bewahrt. In diesem Sinne eröffnet die Telekom Austria Group ihren MitarbeiterInnen die Chance, neue Karrierewege zu gehen. Austauschprogramme wie „x.change“ oder „Expatriation“ mit ihrem gruppenweiten Know-how-Austausch dienen neben der Entwicklung der MitarbeiterInnen auch der Internationalisierung der Telekom Austria Group. 2014 nahmen 65 MitarbeiterInnen ein bis drei Monate lang am x.change-Programm teil, 42 am

## Management der Aspekte des Handlungsfeldes MitarbeiterInnen



### Wesentliche Aspekte (Verantwortlichkeiten)

- Aus- & Weiterbildung (Human Resources)
- Gesundheit (Human Resources)
- Gleichstellung & Vielfalt (Human Resources)
- Leistungsorientierte Entlohnung (Human Resources)
- Arbeitnehmervertretung (Human Resources, Personalvertretung)

### Standards und Managementsysteme

- Alle wesentlichen Aspekte des Handlungsfeldes werden durch die folgenden Standards und Managementsysteme geregelt:
- Human-Resources-Agenda
  - Human-Resources-Strategie
  - Werte der Telekom Austria Group
  - Gruppenweite Datentools & Reports

## Human-Resources-Strategie

- 1** Förderung einer Unternehmenskultur, die im Einklang mit der Marke steht und das Mitarbeiterengagement erhöht
- 2** Effizienzförderung und Umstrukturierungsmaßnahmen in Abstimmung mit Mitarbeiterentwicklung zur Absicherung der Wettbewerbsfähigkeit und Ertragskraft
- 3** Frühzeitige Identifikation und Förderung von Talenten, um die wichtigsten Positionen mit den besten MitarbeiterInnen besetzen zu können und Wertschöpfung durch modernste Organisationsstrukturen sowie effektive Führungsstandards sicherzustellen

## Weiterbildungsprogramme der Telekom Austria Group (Auszug)



- New-Manager-Program (A1)
- Online-Programm zur Entwicklung der Kernkompetenzen von MitarbeiterInnen (Mobiltel)
- „Development@vipnet“ zur Förderung neuer Kompetenzen (Vipnet)
- Leadership School (velcom)
- Weiterbildungsprogramm für Führungskräfte (Si.mobil)
- „Vigor“-Weiterbildungsprogramm für Führungskräfte und MitarbeiterInnen mit Schlüsselfunktionen (Vip mobile)
- Leadership Academy für Führungskräfte (Vip operator)

## Auszeichnungen 2014

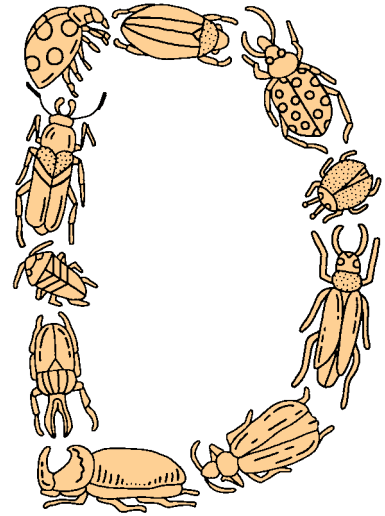


- Wiener Qualitätssiegel zum „Top-Lehrbetrieb“ (A1)
- amaZone Award 2014 für die Ausbildung von Mädchen in technischen Berufen (A1)
- „The Employer Partner Certificate“ 2014 (Vipnet)
- „Responsible Employees“-Preis 2015 (Mobiltel)
- Auszeichnung des Projekts „Top Performers“ 2014 (Mobiltel)
- Positive Bewertung der Arbeitgeberattraktivität durch Ratingagentur „Expert RA“ (velcom)

ein- bis dreijährigen Expatriation-Programm. Die Telekom Austria Group fördert durch einen internen Stellenmarkt gezielt Veränderungen und Aufstiegschancen innerhalb des Unternehmens. 2014 wurden gruppenweit 133 Positionen durch den internen Stellenmarkt besetzt. Bei A1 in Österreich stehen Aufstiegswilligen eigene Mobilitäts-Coaches zur Verfügung.

### Gleichstellung und Diversity

Mit der Unterzeichnung der Charta der Vielfalt bekennt sich die Telekom Austria Group öffentlich dazu, die Fülle an kulturellen Traditionen und Fähigkeiten in ihren sieben Tochtergesellschaften zu nutzen und zu bewahren. Weibliche Mitarbeiter sind im Unternehmen ihren männlichen Kollegen gleichgestellt. Chancengleichheit ist ein festes Prinzip bei allen Aktivitäten. Eine freiwillige Selbstverpflichtung soll bis Ende 2015 den Frauenanteil insgesamt sowie in Führungspositionen schrittweise auf 35 % erhöhen. Dazu dienen spezielle Programme zur Förderung von Frauen in technischen Berufen, flexible Arbeitszeitmodelle, Kinderbetreuungsinitiativen und der Aufbau eines Frauennetzwerkes bei A1. Besonderes Augenmerk wird dabei auch auf den Recruiting- und Talentmanagementprozess gelegt. 2014 waren gruppenweit 38 % der Beschäftigten weiblich, 29 % arbeiteten in Führungspositionen. (→ G4.15)



## Diversität

**Vielfalt ist anzuerkennen. Und Gleichstellung eine Verpflichtung. Was vordergründig widersprüchlich klingt, macht das Wesen gelebter Diversität aus. Denn Unterschiede, etwa bei Kultur, Alter, Geschlecht oder Weltanschauung, sind kein Anlass für Ungleichbehandlung. Sondern eine schätzenswerte Ressource.**

### Arbeitnehmervertretung

Die gute Zusammenarbeit mit der Arbeitnehmervertretung sowie das Recht auf Vereinigungsfreiheit und Kollektivverhandlungen sind für die Telekom Austria Group eine Selbst-

## Länderinfos 2014

(→ LA12)

	<b>A1</b>	<b>Mobiltel</b>	<b>Vipnet</b>
	ÖSTERREICH	BULGARIEN	KROATIEN
	MitarbeiterInnen (FTE): 8.635	MitarbeiterInnen (FTE): 2.527	MitarbeiterInnen (FTE): 1.151
	Frauen: 26%	Frauen: 52%	Frauen: 39%
	Ø-Alter: 43	Ø-Alter: 33	Ø-Alter: 37
	Unfälle: 113	Unfälle: 1	Unfälle: 15
	<b>velcom</b>	<b>Vip mobile</b>	<b>Vip operator</b>
WEISSRUSSLAND	SLOWENIEN	SERBIEN	MAZEDONIEN
MitarbeiterInnen (FTE): 1.881	MitarbeiterInnen (FTE): 399	MitarbeiterInnen (FTE): 933	MitarbeiterInnen (FTE): 535
Frauen: 61%	Frauen: 47%	Frauen: 52%	Frauen: 54%
Ø-Alter: 32	Ø-Alter: 37	Ø-Alter: 33	Ø-Alter: 34
Unfälle: 1	Unfälle: 2	Unfälle: 4	Unfälle: 7

verständlichkeit und werden entsprechend wahrgenommen und umgesetzt.

### Gesundheit im Arbeitsprozess

Um Überlastungssymptomen (Burnout) oder anderen gesundheitlichen Folgen vorzubeugen, legt die Telekom Austria Group einen besonderen Schwerpunkt auf „Gesundes Führen“. Seit 2013 finden dazu regelmäßige Schulungen für Führungskräfte statt. A1 bietet das Programm „Fit im Job“ mit Vorsorgeuntersuchungen, Gesundheitsseminaren und Sportaktivitäten. Gruppenweit kümmern sich in Summe 13 MedizinerInnen und ArbeitspsychologInnen um die Gesundheit der MitarbeiterInnen. Parallel dazu erfolgen laufend Verbesserungen bei der Arbeitssicherheit und eine Beobachtung der Unfallentwicklung.

### Work-Life-Balance

Die Telekom Austria Group sieht in einer familiengerechten Personalpolitik einen Wettbewerbsvorteil. Denn qualifizierte MitarbeiterInnen bevorzugen ein Unternehmen, das ihren Bedürfnissen entgegenkommt. So fördert das Unternehmen flexible Arbeitszeiten, mobiles Arbeiten und „Shared Leadership“ (siehe Leuchtturmprojekte Seite 39). Dabei teilen sich MitarbeiterInnen, die Teilzeit arbeiten, eine Führungsposition. Außerdem werden berufstätige Eltern durch spezielle Angebote und Einrichtungen entlastet.

### Entlohnung in einer Performance-Kultur

Die Förderung der Performance-Kultur ist ein strategisches Ziel der Telekom Austria Group. Die Leitgedanken dabei: Ergebnisorientierung, Vertrauenskultur und Eigenverantwortung. Alle Tochtergesellschaften arbeiten mit leistungsorientierten Performance-Modellen. Jährlich stattfindende Feedback-Gespräche unterstützen die persönliche und fachliche Weiterentwicklung aller MitarbeiterInnen. 2014 wurde das Performance-Management für die ganze Telekom Austria Group vereinheitlicht.

(—> LA11)

### Kommunikation mit den MitarbeiterInnen

Unter dem Titel „TAGisfaction“ führt das Unternehmen in regelmäßigen Abständen<sup>1)</sup> eine gruppenweite Mitarbeiterbefragung durch (siehe Infokasten). Über Intranet, Newsletter, Mitarbeitermagazine und Social Media wird regelmäßig informiert. Gruppenweite und lokale Ideenwettbewerbe und Wissensplattformen eröffnen die Möglichkeit, Ideen oder Verbesserungen vorzustellen und in der Folge umzusetzen. ●

1) Bisher jährlich, ab 2015 alle zwei Jahre

### Wissenswertes für GRI-Experten



—> G4.11: In Österreich fallen 100% aller MitarbeiterInnen unter die Regelungen der Kollektivvereinbarungen, in den internationalen Tochtergesellschaften werden die nationalen Vorgaben eingehalten.

—> LA2: Vergünstigungen stehen allen MitarbeiterInnen gleichermaßen zur Verfügung.

—> LA3: 2014 sind gruppenweit 50% jener MitarbeiterInnen, die 2013 in Karenz gingen, wieder an ihren Arbeitsplatz zurückgekehrt.

—> LA4: Die gesetzlichen Vorgaben für Mindestmitteilungsfristen bezüglich betrieblicher Veränderungen werden eingehalten, die entsprechenden Regelungen finden sich im Kollektivvertrag wieder.

—> LA7: Der Indikator ist auf die Telekom Austria Group nicht anwendbar, da MitarbeiterInnen im Rahmen ihrer regulären Beschäftigung keiner erhöhten Gesundheitsgefährdung ausgesetzt sind.

—> LA8: Es liegen keine formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften, die Sicherheit am Arbeitsplatz behandeln, vor.

—> LA9: 18.744 Trainingsstunden in der Telekom Austria Group Business School 2014: Männer: 11.216; Frauen: 7.528.

—> LA10: Es werden im Bedarfsfall Coachings sowie andere Maßnahmen zur Unterstützung angeboten.

—> HR3: 2014 waren der Konzernzentrale keine Diskriminierungsvorfälle bekannt.

—> HR4: Im Jahr 2014 wurden keine Verletzungen der Rechte der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen gemeldet.

—> IO3: MitarbeiterInnen werden regelmäßig geschult und im Rahmen von Workshops entsprechend ausgebildet.

---

## Mitarbeiterbefragung „TAGisfaction“

Im Rahmen der Online-Befragung „TAGisfaction“ bewerteten im Juni 2014 die MitarbeiterInnen unter anderem ihre Zufriedenheit, die Identifikation mit dem Unternehmen, Strategie und Karriereentwicklung. Die Durchführung der Mitarbeiterumfrage sowie die Auswertung der Ergebnisse erfolgten in Zusammenarbeit mit dem Marktforschungsinstitut CEB Valterra, das die Unabhängigkeit und Neutralität der Auswertung gewährleistet. Gruppenweit haben im Jahr 2014 insgesamt 12.103 MitarbeiterInnen an der Befragung teilgenommen. Die Beteiligung war mit rund 65% etwas höher als im Vorjahr (64%). Die Befragung ergab zum dritten Mal in Folge einen im Branchenvergleich relativ hohen Engagementwert von 77%. Er zeigt die Verbundenheit der MitarbeiterInnen mit dem Unternehmen und setzt sich aus den Säulen Stolz, Optimismus und Energie zusammen. Die Ergebnisse der „TAGisfaction“ fließen insbesondere in Führungserfordernisse, Personalarbeit, Strategieplanung und -umsetzung sowie in die Mitarbeiterkommunikation ein.

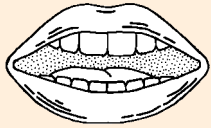
# Der Fahrplan – MitarbeiterInnen

## Ziele 2015

- 🌀 35% Frauen in der Gruppe und in Führungspositionen
- 🌀 Förderung der internen Nachbesetzung, Beibehaltung eines hohen Engagement-Index
- 🌀 Steigerung des internationalen Austauschs

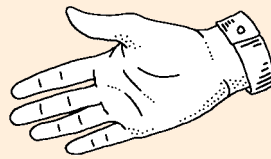
Als Basis für die Ziele gilt das Jahr 2012.

🌀 IN PLANUNG   🌀 IN UMSETZUNG   ➔ IN WEITERFÜHRUNG   ✔ ERREICHT



## Gesagt 2013

- Verankerung der Leadership-Standards innerhalb der Telekom Austria Group und Förderung der Führungskultur sowie der Werte der Unternehmenskultur
- Verstärkte Initiativen im Bereich Talent-Acquisition & -Management; unter anderem auch über „Shared-Leadership“-Konzepte
- Weiterer Ausbau neuer Arbeitsweisen in der Telekom Austria Group und Schaffung von Expertenplattformen
- Weiterführung der gruppenweiten Mitarbeiterbefragung „TAGisfaction“
- Einführung verstärkter Maßnahmen im Bereich Gesundheit etwa durch Ausbau eines betrieblichen Gesundheitsförderprogrammes oder Stress- und Burnout-Präventionsworkshops
- Weiterführung der gruppenweiten Programme zur Förderung des internationalen Austausches
- Förderung der internen Mobilität



## Getan 2014

- Initiativen im Bereich Personalentwicklung, Wissenstransfer und Nachfolgeplanung zur Verankerung der Leadership-Standards und des Talent-Managements, wie z. B. Einführung 360-Grad-Feedback-Prozess
- Forcierung innovativer Arbeitsweisen in der Telekom Austria Group sowie Etablierung der gruppenweiten E-Learning-Plattform „eCampus“ zur Förderung selbstbestimmten Lernens
- Schaffung von Expertenplattformen, um den Wissensaustausch zwischen den Tochtergesellschaften zu fördern, sowie Einführung einer gruppenweiten Wissensmanagementplattform
- Durchführung einer erneuten gruppenweiten MitarbeiterInnenbefragung „TAGisfaction“ mit einer Beteiligung von 65% der MitarbeiterInnen
- Durchführung bewusstseinsbildender Kampagnen sowie lokal angepasster Maßnahmen zum Thema Gesundheit, wie beispielsweise Einführung eines Gesundheitspasses bei A1 (siehe Leuchtturmprojekte)
- Veranstaltung diverser Frauen-Networking-Events in den Tochtergesellschaften sowie Gründung eines Frauennetzwerkes bei A1
- Implementierung neuer und verstärkter Förderung von Ausbildungs- und Informationsaktivitäten sowie des internationalen Austausches

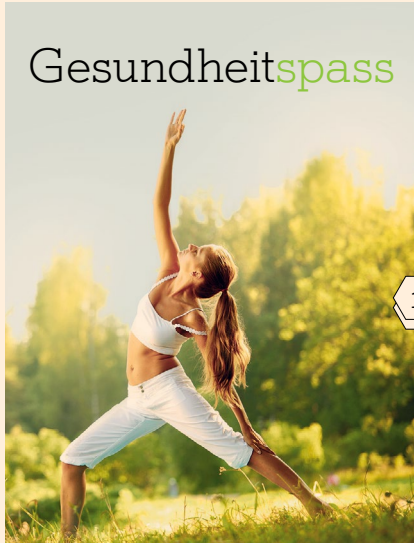


## Geplant 2015

- Erarbeitung des Skill-Management-Programms „Skill Academy“ zur verstärkten internen Nutzung von unternehmensinternem Know-how
- Stärkung des internen Arbeitsmarktes durch Besetzung von offenen Arbeitsplätzen mit internem Personal und Forcierung der internen Mobilität
- Förderung des internationalen Austauschs und Know-how-Transfers
- Implementierung weiterführender Maßnahmen zur Umsetzung der Ziele des Frauenförderungsplanes

—> Weitere Maßnahmen entnehmen Sie bitte dem Maßnahmenprogramm online unter [www.telekomaustria.com](http://www.telekomaustria.com)

# Leuchtturmprojekte



1

**1** Im Zuge des österreichischen Projektes „Fit im Job“ wurde im Jahr 2014 der „Gesundheitsspass“ eingeführt. Dieser soll Bewusstsein für gesundes Leben und Arbeiten schaffen. Vorsorgeuntersuchungen, Workshops zu Ernährung und mentaler Fitness, der Besuch von Events wie dem A1 Team Triathlon oder über 20 Sportgruppen werden den MitarbeiterInnen im Rahmen dieser Initiative angeboten. Als Motivation gibt es für MitarbeiterInnen den Gesundheitsspass – pro Teilnahme gibt es einen Stempel, um für kontinuierliche Teilnahme an Gesundheitsaktivitäten zu motivieren.

**3** Die kroatische Tochtergesellschaft Vipnet startete, als Teil des CSR-Programms „Do The Right Thing“, ein bezahltes einjähriges Business Development Programm mit dem Namen „Vip alumni“ für junge arbeitslose Menschen mit Hochschulabschluss. Der Zweck dieses Programms ist es, zusätzliche berufliche Fähigkeiten sowie Berufserfahrung in einem internationalen Umfeld zu ermöglichen, um für eine bessere Ausgangsposition am kroatischen Arbeitsmarkt zu sorgen. Nach einem Jahr wurden sieben von elf TeilnehmerInnen bei Vipnet angestellt.



2

**2** Im Oktober 2013 startete die österreichische Tochtergesellschaft A1 das Modell „Shared Leadership“, um auch TeilzeitmitarbeiterInnen eine Position in einer Führungsfunktion zu ermöglichen. Durch die aktive Umsetzung des Modells im Jahr 2014 wurde vor allem teilzeitarbeitenden Müttern ermöglicht, Führungsaufgaben zu übernehmen und trotzdem ihre Rolle als Mutter entsprechend wahrzunehmen.

**4** 2014 unterzeichnete die Telekom Austria Group die Charta der Vielfalt. Diese ist ein öffentliches, freiwilliges Bekenntnis, das 2010 von der Wirtschaftskammer Österreich und der Wirtschaftskammer Wien initiiert wurde. Sie basiert auf der Erkenntnis, dass Vielfalt ein Wesensmerkmal Europas ist. Die Charta der Vielfalt ist eine Initiative zur Förderung der Wertschätzung gegenüber allen Mitgliedern der Gesellschaft – unabhängig von Geschlecht, Lebensalter, Herkunft und Hautfarbe, sexueller Orientierung, Religion und Weltanschauung sowie körperlicher oder geistiger Behinderung.



3



## Internet für alle?

Dem Anspruch auf Chancengleichheit liegt die digitale Kluft im Weg. Die Telekom Austria Group bietet geeignete Produkte und setzt gezielte Initiativen, um sie zu überbrücken.

Das digitale Zeitalter enthält ein Versprechen: grenzenlose Kommunikation für alle. Doch während sich bereits viele an den weitreichenden Möglichkeiten der digitalen Medien erfreuen, sind immer noch 4,3 Milliarden Menschen ohne Online-Zugang. 90 % davon in den sogenannten Entwicklungsländern.<sup>1)</sup>

Auch dort, wo die Telekom Austria Group tätig ist, herrschen erhebliche Unterschiede in der Nutzung. In Österreich waren 2013 rund 19 % der Bevölkerung offline. In Bulgarien waren es im selben Jahr noch 46 % und in der Republik Serbien 52 %. Mit gravierenden Folgen für ihren Wissens- und Bildungsstand.

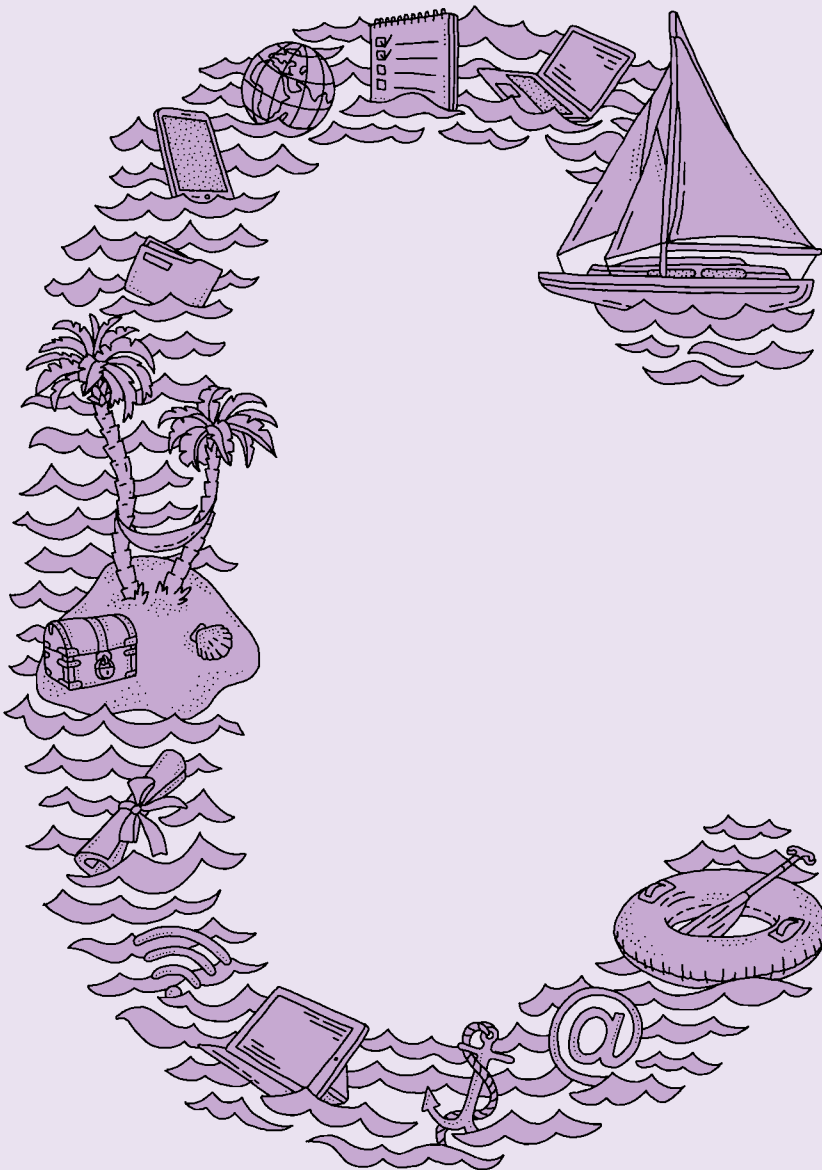
Das Internet macht vieles im Leben einfacher und schneller. Doch nicht alle haben gleichen Anteil daran. Menschen ohne Internetanschluss sowieso nicht. Auch jene mit langsamer Internetverbindung sind im Nachteil. Anreize oder Interesse, Einkommen bzw. Leistbarkeit, Medienkompetenz und Infrastruktur entscheiden letztlich darüber, ob jemand im digitalen Zeitalter angekommen ist und dessen Vorteile nutzen kann.<sup>2)</sup>

### Medialer Kinder- und Jugendschutz

Kann ein Unternehmen etwas gegen diese Ungleichheit tun? Ist das überhaupt seine Aufgabe? Für den nachhaltigen Geschäftserfolg eines Kommunikationsunternehmens können sich Anstrengungen in diese Richtung als


1) International Telecommunication Union, ITU, 2014

2) McKinsey & Company, Offline and falling behind: Barriers to internet, 2014

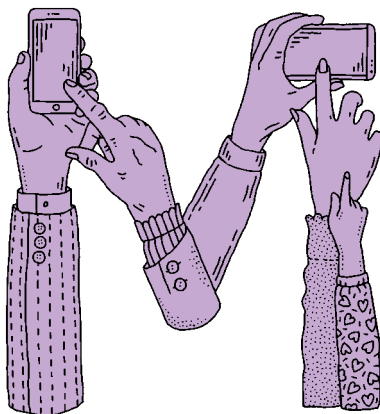


HANDLUNGSFELD GESELLSCHAFT

## Creating Equal Opportunities

 Digitale Medien eröffnen allen Menschen Chancengleichheit in der Wissensgesellschaft. Daher treibt die Telekom Austria Group den Breitbandausbau voran und fördert gezielt die kompetente und sichere Mediennutzung.

richtig erweisen. So will die Telekom Austria Group neben dem technischen Zugang zu digitalen Medien auch die Medienkompetenz in der Gesellschaft fördern. Sie hat 2011 in Österreich die Initiative „A1 Internet für Alle“ gestartet und 2014 in der ganzen Gruppe ausgerollt. Dabei geht es auch darum, Kinder mit speziellen Schulungen bei der sicheren, altersgerechten Nutzung von Medien zu begleiten. Das Motto: Medienkompetenz durch Medienbildung.



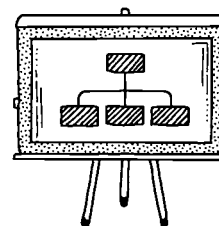
Darüber hinaus bieten die Tochtergesellschaften A1 in Österreich sowie Si.mobil in Slowenien und Vip mobile in der Republik Serbien eigene Infobroschüren für Kinder und SeniorInnen an. Sie wurden mit MedienpädagogInnen erarbeitet und erleichtern so den Einstieg ins Internet. Eine besondere Unterstützung für Eltern bilden spezielle Anwendungen zur sicheren Nutzung mobiler Endgeräte – etwa im Rahmen der Vodafone Consumer Services. Dazu gehört der kostenlose Service „Vodafone Guardian“. Er macht ein Smartphone kindersicher und hält die Kosten unter Kontrolle. Damit können Eltern auch jene Kontakte festlegen, mit denen ihre Kinder per Anruf oder SMS kommunizieren dürfen. Funktionen wie Kamera, Internet oder Bluetooth

lassen sich altersabhängig freigeben. Auch kann damit die Installation von neuen Apps unterdrückt werden. (→ PA7)

## Medienkompetenz

**Es geht nicht um die Frage, ob Medien kompetent sind. Dafür müssen sie schon selbst sorgen. Sondern um Kompetenzen zur Nutzung digitaler Medien. Denn das Internet und darauf basierende Anwendungen sind eine elementare Quelle für wirtschaftliches Wachstum, sozialen Fortschritt und individuelle Entwicklung.**

## Management der Aspekte des Handlungsfeldes Gesellschaft



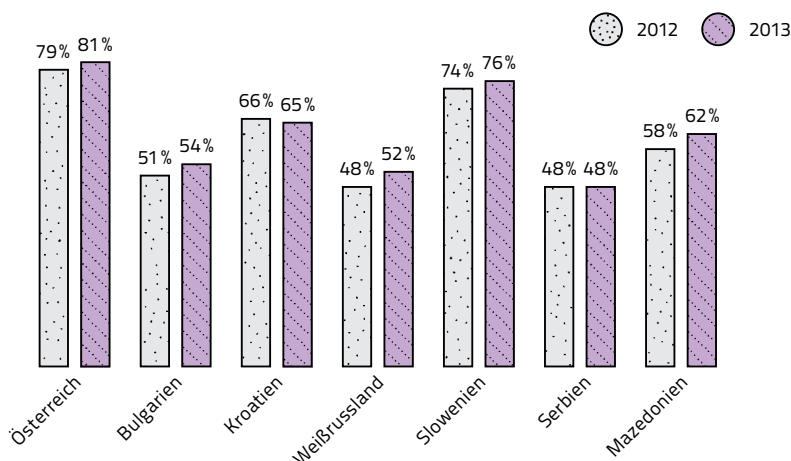
### Wesentliche Aspekte (Verantwortlichkeiten)

- Kinder- & Jugendmedienschutz (Marketing, Corporate Sustainability)
- Digitale Kluft (Corporate Sustainability)
- Produkte mit gesellschaftlichem Mehrwert (Marketing, Corporate Sustainability)
- Soziale Produkte (Marketing, Corporate Sustainability)

### Standards und Managementsysteme

- Digitale Kluft: Wissenschaftliche Evaluierung der gruppenweiten Initiative „Internet für Alle“ durch das NPO-Institut der Wirtschaftsuniversität Wien
- Kinder- & Jugendmedienschutz: Kooperationen zur Förderung und Entwicklung der Medienkompetenz bei Kindern und Jugendlichen
- Soziale Produkte: regelmäßige Evaluierung des Produktportfolios

## Haushalte mit Zugang zum Internet



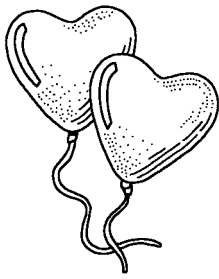
Quelle: International Telecommunication Union ITU, 2014

## Auszeichnungen 2014



Stevie Award 2014 – Silber für das Corporate-Volunteering-Programm „Do The Right Thing“ in der Kategorie „Kommunikationskampagne des Jahres“ (Vipnet)

## Ausgewählte Kooperationen zur sicheren Internetnutzung



- Kinderbüro der Universität Wien (A1)
  - Stopline (A1)
  - Saferinternet (A1, Mobilitel)
  - Safe Click (Vipnet)
  - Fakultät für Strafjustiz und Sicherheit (Si.mobil)
  - Safe.si (Si.mobil)
  - Organisation für generationenübergreifende Kooperation 35+ (Vip mobile)
  - Belgrader Kulturzentrum für Kinder (Vip mobile)
- ( —> G4.15)

## Ausgewählte Initiativen und soziale Kooperationen 2014

- Specialisterne – Integration von Menschen im Autismus-Spektrum in den Arbeitsmarkt (A1)
  - „Foster the Future“ – Unterstützung von Familien mit Pflegebedürfnissen (Mobilitel)
  - „It's so easy to do good things“ – Unterstützung von gehörbeeinträchtigten Personen (velcom)
  - „Do The Right Thing“ – Projekt zur Förderung der Beteiligung von MitarbeiterInnen (Vipnet)
  - Party with a cause – Veranstaltung zur Unterstützung von Projekten gegen Jugendarbeitslosigkeit (Si.mobil)
  - New Year's Donation – Spendenkampagne zu Neujahr (Vip mobile, Vip operator)
- ( —> G4.15)

## Die Medienkompetenz-Initiative „Internet für Alle“

In unserer Epoche bieten Internet und die darauf aufbauenden Anwendungen wohl eine der wichtigsten Grundlagen für wirtschaftliches Wachstum und den sozialen Fortschritt einer Gesellschaft. Die Telekom Austria Group treibt daher den Ausbau der Breitband-Infrastruktur weiter voran. Zugleich sieht sie es als ihre Verantwortung an, mit gezielten Maßnahmen die sogenannte „digitale Kluft“ zu verringern. Daher erweiterte sie 2014 ihre Initiative zur Förderung der Medienkompetenz „A1 Internet für Alle“ auf alle Länder ihres Tätigkeitsbereiches.

Somit setzen sich alle Tochtergesellschaften der Telekom Austria Group nun für den sicheren und kompetenten Umgang mit neuen Medien ein. Ein Ziel dieser Nachhaltigkeitsstrategie: Bis 2016 sollen 100.000 TeilnehmerInnen durch Schulungen eine höhere Medienkompetenz erreichen. Dazu dienen – neben den Schulungen für Kinder und Jugendliche – spezielle Programme für SeniorInnen und Internetneulinge sowie Kooperationen und langfristige Partnerschaften mit zahlreichen Sozial- und Bildungseinrichtungen. Darüber hinaus sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aktiv in diese Bemühungen einbezogen.

Begonnen wurde die gruppenweite Initiative mit „A1 Internet für Alle“ in Österreich. Hier hatten 2012 bereits rund 79 % der privaten Haushalte einen Internetzugang. Das ist etwas über dem EU-Durchschnitt. Über drei Viertel der 16- bis 74-Jährigen nutzten damals das Internet mindestens einmal pro Woche.<sup>3)</sup> Doch 19 % der Bevölkerung waren auch 2013 noch vom Internet ausgeschlossen. Menschen wie ihnen ist die Initiative „A1 Internet für Alle“ seit 2011 gewidmet.

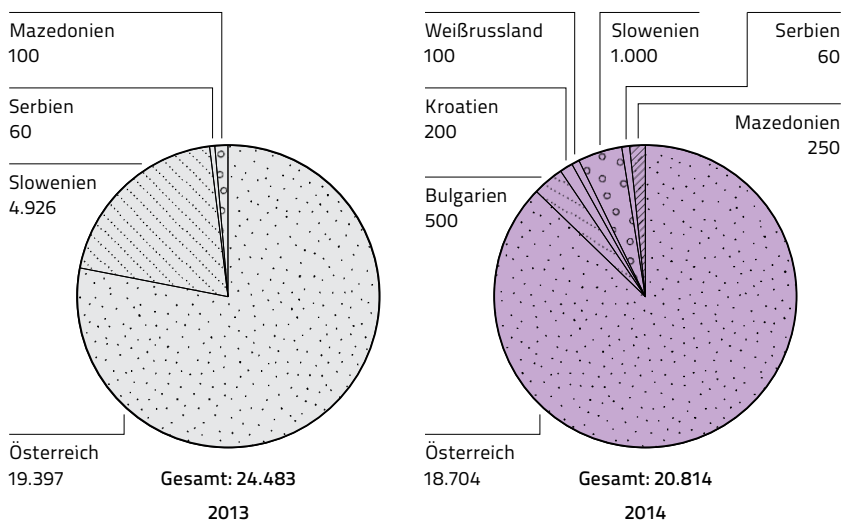
Sie kooperiert dazu mit mehr als 30 Partnern aus dem Sozial- und Bildungsbereich. Es gibt an drei fixen Standorten in Wien, Klagenfurt und Salzburg sowie bei Partnern und „on Tour“ kostenlose Workshops für Kinder, Jugendliche, Erwachsene und SeniorInnen. Bei eigenen Infoabenden erfahren Eltern, wie sie ihr Kind vor ungeeigneten Inhalten oder exzessiver Nutzung schützen können.

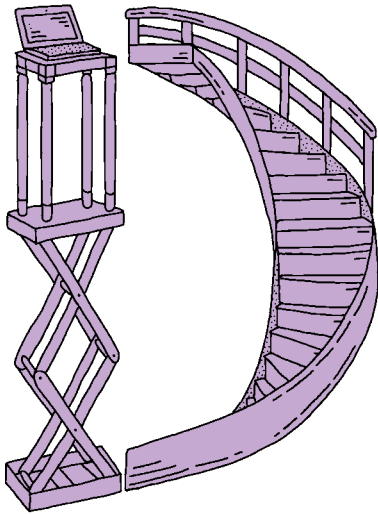
Eine große Stärke von „A1 Internet für Alle“ sind die A1 MitarbeiterInnen selbst. Vom Vorstand bis zum Lehrling wirkten bislang 1.800<sup>4)</sup> von ihnen im Rahmen eines „Corporate Volunteerings“ daran

3) Eurostat, Statistik der Informationsgesellschaft, 2014

4) Inklusive Doppelzählungen

## TeilnehmerInnen bei Medienkompetenzschulungen





## Digitale Kluft

**Es geht ein digitaler Riss durch die Gesellschaft. Zwischen jenen, die sich das Potenzial neuer Medien schon erschlossen haben. Und den sogenannten „Offliners“. Für chancenreiche Entwicklung spannt das Internet die Brücke. Ebenso wie Initiativen, die den Zugang und kompetenten Umgang damit fördern.**

mit, alleine 715 in 2014. Den Erfolg der Initiative evaluiert das NPO-Kompetenzzentrum der Wirtschaftsuniversität Wien. Es bestätigt den wesentlichen Beitrag, den „A1 Internet für Alle“ zur Schließung der digitalen Kluft in Österreich leistet.

2014 galt das besondere Augenmerk den SeniorInnen. „A1 Internet für Alle“ entwickelte eigene Guides und verstärkte das Schulungsprogramm für Smartphone und Tablets. Darüber hinaus gab es bei A1 kostenlose Komfortservices in den Shops sowie die Aktion „Senioren beraten Senioren“. Und speziell geschulte A1 MitarbeiterInnen, sogenannte „A1 Gurus“, machen den Einstieg in die Welt der mobilen Kommunikation noch einfacher (siehe Leuchtturmprojekte Seite 45). (→ PA2)

### Produkte mit gesellschaftlichem Mehrwert

Möglichst alle sollen vom Potenzial neuer Technologien profitieren können –

auch im Gesundheitsbereich. E-Health eröffnet neue Möglichkeiten bei Prävention, Diagnose, Behandlung, Rehabilitation und Pflege. Menschen mit Behinderungen kommen Neuen Medien besonders entgegen. Für Blinde oder hochgradig Sehbehinderte können sie eine echte Lebens- und Arbeitserleichterung sein. SMS und Chatnachrichten wiederum bilden ein wertvolles Kommunikationsmittel für Gehörlose.

In Österreich verbindet das „Datennetz der Medizin“ von A1 ÄrztInnen, Krankenhäuser, Labors und andere Institutionen des Gesundheitswesens. Ein SMS-Service von Mobilitel in Bulgarien erinnert PatientInnen an Arzt- und Impftermine und zeigt fertige Testergebnisse an. Auch die mazedonische Vip operator erinnert mittels SMS an Arzttermine. Die slowenische Si.mobil hilft mit der App „Vem, kaj jem!“ (Ich weiß, was ich esse!) DiabetikerInnen bei der Beobachtung ihres Blutzuckerspiegels.

E-Government-Lösungen erleichtern die Kommunikation zwischen BürgerInnen und Behörden. So reduziert die slowenische Si.mobil mit elektronischem Archiv und digitalen Unterschriftensystemen den bürokratischen Aufwand erheblich. Seit 2014 ermöglicht A1 in Kooperation mit der Plattform „Digitales Österreich“ die kostenlose Aktivierung der Handy-Signatur in ausgewählten Shops.

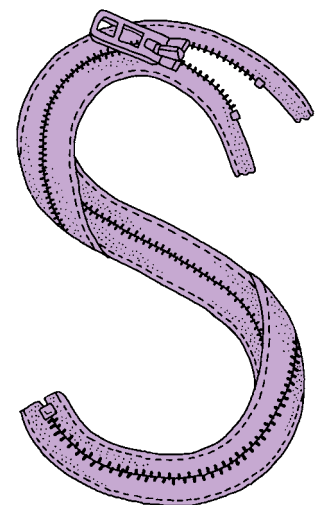
Das Portfolio der Telekom Austria Group umfasst auch Produkte, die sozialen Aspekten Rechnung tragen. Neben speziellen Handys mit größerem Display und einfacher Menüführung gibt es auch Rabatte für sozial Schwache. Die slowenische Si.mobil bietet SeniorInnen den Spezialtarif „SENIOR“. Die weißrussische velcom und A1 in Österreich offerieren Menschen mit beeinträchtigtem Hörvermögen Spezialtarife mit einem erhöhten Kontingent an SMS. Die weitreichenden Möglichkeiten der digitalen Medien sollen eben wirklich allen Menschen eröffnet werden. ◆

(→ PA2, 5, 7, EC8)

## Wissenswertes für GRI-Experten



- PA5: Die Telekom Austria Group ist verpflichtet, in Österreich Sprachtelefoniedienste für einkommensschwache Haushalte und sonstige berechnete Kunden zu verminderten Tarifen zu erbringen, wofür sie von der Republik Österreich auf vertraglicher Basis Ausgleichszahlungen erhält. Eine Auflistung der sozialen Produkte ist im Maßnahmenprogramm unter [www.telekomaustria.com](http://www.telekomaustria.com) erhältlich.
- SO1: An allen Hauptgeschäftsstandorten werden Programme zur Förderung und Einbindung lokaler Gemeinschaften durchgeführt.
- TA5: Im Rahmen der Initiative „A1 Internet für Alle“ werden Open-Source-Technologien gefördert.



## Sexting

**Haben Jugendliche beim Flirten heute Format? Ja, mitunter bedenklich bildliches: Nacktaufnahmen – per Smartphone ausgetauscht. Unüberlegte „Klicks“ sorgen dabei für Verewigung im Internet oder in Social Media. Und potenziell für ein unerfreuliches Rendezvous mit der eigenen Vergangenheit.**

# Der Fahrplan – Gesellschaft

## Ziele 2015

- ❁ 100.000 BesucherInnen bei Schulungen zur Förderung der Medienkompetenz (bis 2016)
- ✔ Steigerung der Kooperationen zur Förderung der Medienkompetenz in der Telekom Austria Group
- ✔ Umsetzung von sozialen Projekten angepasst an lokale Bedürfnisse
- ✔ Implementierung und Weiterentwicklung von Tools zur Kostenkontrolle

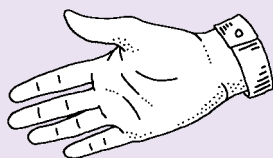
Als Basis für die Ziele gilt das Jahr 2012.

❁ IN PLANUNG   ❁ IN UMSETZUNG   ➔ IN WEITERFÜHRUNG   ✔ ERREICHT



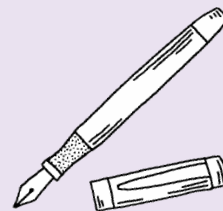
## Gesagt 2013

- Bündelung und Ausweitung der Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz in den Ländern der Telekom Austria Group
- Implementierung einer einheitlichen gruppenweiten Evaluierung für die Medienkompetenz-Initiativen in den Tochtergesellschaften
- Entwicklung eines Medienkompetenzprogrammes in Bulgarien, Kroatien und Weißrussland
- Weiterführung der sozialen Initiativen, angepasst an die lokalen Bedürfnisse
- Ausbau von Tools und Anwendungen zur Kostenkontrolle sowie für Kinder- und Jugendmedienschutz



## Getan 2014

- Entwicklung von Medienkompetenzprogrammen im Rahmen der gruppenweiten Initiative „Internet für Alle“. Gruppenweit nahmen bereits über 74.000 Personen seit 2011 teil.
  - Bulgarien: Start eines Schulungsprogrammes für Kinder und Jugendliche, das in den Folgejahren um Programme für Erwachsene und Menschen mit Behinderung erweitert werden soll
  - Kroatien: Start der Workshopreihe „Safe Click“ für Eltern und Kinder mit Schwerpunkt auf der sicheren Nutzung digitaler Medien
  - Weißrussland: Start der „welcom smart children school“ zur Begleitung von Kindern bei ihren ersten Schritten im Internet
  - Serbien: Start der „Vip digital workshops for seniors“ zur Vermittlung von Computerkenntnissen sowie des Umgangs mit sozialen Netzwerken für SeniorInnen
- Ausweitung der wissenschaftlichen Evaluierung der gruppenweiten Initiative „Internet für Alle“
- Verbesserung der Tools zur Kostenkontrolle sowie für Kinder- und Jugendmedienschutz

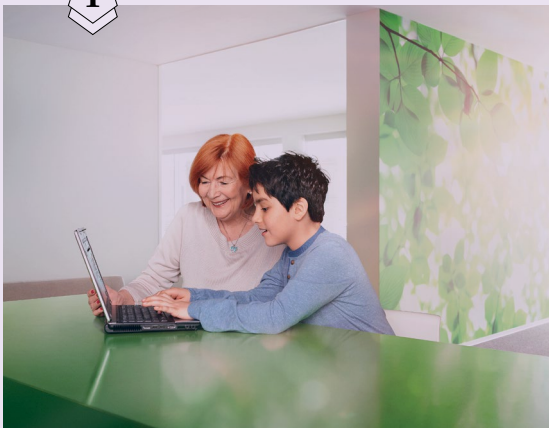


## Geplant 2015

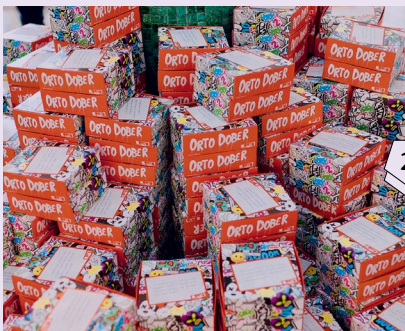
- Durchführung der jeweiligen Initiativen zur Förderung der Medienkompetenz in den Ländern der Telekom Austria Group sowie wissenschaftliche Evaluierung
- Entwicklung von neuen Workshop-Konzepten zum Thema „Coding“ sowie Fokussierung auf die Zielgruppe der Eltern zur Förderung der sicheren Mediennutzung bei Kindern und Jugendlichen in Österreich
- Weiterführung der sozialen Initiativen, angepasst an die lokalen Bedürfnisse
- Weiterführung der Tools und Anwendungen zur Kostenkontrolle sowie für Kinder- und Jugendmedienschutz
- Veröffentlichung eines Elternguides mit Fokus auf Kinder im Internet

—> Weitere Maßnahmen entnehmen Sie bitte dem Maßnahmenprogramm online unter [www.telekomaustria.com](http://www.telekomaustria.com)

1



# Leuchtturmprojekte

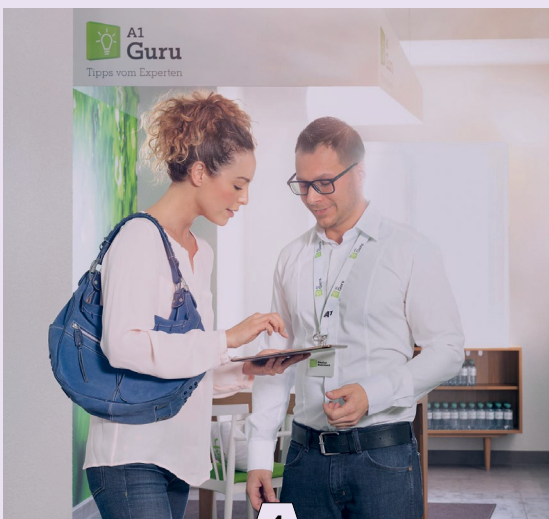


2

Volunteer!  
Educate!  
Recycle!

**Do the right thing**

3



4

**1** Gruppenweiter Rollout der Medienkompetenz-Initiative „Internet für Alle“ im Jahr 2014. Sie zielt darauf ab, die „digitale Kluft“ zu verringern und die kompetente und sichere Internetnutzung zu fördern. Nach der Gründung der Initiative „A1 Internet für Alle“ 2011 folgten Projekte in Slowenien (2012) sowie in den Republiken Serbien und Mazedonien (2013). 2014 erfolgte der Startschuss in Bulgarien, Weißrussland und Kroatien.

**2** 2014 startete Si.mobil in Slowenien die Kampagne „ORTO DOBER“. Zugunsten Jugendlicher aus wirtschaftlich benachteiligten Familien wurden im Rahmen dieses Projektes mehr als 3.000 alte Mobiltelefone gesammelt. Die Erlöse gingen an die „Slovenian Association of Friends and Youth“ mit dem Ziel, Chancengleichheit zu schaffen.

**3** Die kroatische Vipnet fördert mit dem Projekt „Do The Right Thing“ den freiwilligen Einsatz von MitarbeiterInnen für soziale Aktionen, Bildungsprojekte und Umweltschutz. Mehr als 200 MitarbeiterInnen beteiligten sich bereits daran. 2014 wurde Vipnet dafür mit dem Stevie Award in Silber ausgezeichnet.

**4** Seit 2014 bietet die österreichische A1 in ausgewählten Shops den Service „A1 Guru“ an: Speziell geschulte MitarbeiterInnen bieten individuelle Betreuung, zeigen neueste Trends und geben hilfreiche Tipps für den Umgang mit Smartphone oder Tablet.

# GRI Content Table

NACH GRI G4 „UMFASSEND“ UND TELECOMMUNICATIONS SECTOR SUPPLEMENT PILOTVERSION 1.0 (—> G4.32)

Im nachstehenden GRI Content Table sind sämtliche wesentliche Aspekte aufgelistet, die für die gesamte Telekom Austria Group als relevant erachtet werden. Im Rahmen der im Jahr 2015 erneut durchgeführten Wesentlichkeitsanalyse wurden all jene GRI-Aspekte ausgewählt, die wesentlichen Themen zugeordnet werden konnten.

zu Arbeitsbedingungen“ und „Lieferanten Assessment zu Menschenrechten“ und werden daher, trotz Wesentlichkeit, im Content Table nicht angeführt. Hierbei gilt es vor allem entsprechende Systeme und Prozesse einzuführen, die eine Erhebung der Daten möglich machen. Eine Veröffentlichung ist innerhalb der nächsten drei bis fünf Jahren geplant.

Für einige dieser wesentlichen GRI-Aspekte ist derzeit keine GRI-konforme Darstellung möglich. Diese Aspekte sind „Materialien“, „Investments“, „Bewertung der Lieferanten hinsichtlich ökologischer Aspekte“, „Assessment zu Menschenrechten“, „Lieferanten Assessment

Die Bezeichnungen A und I stehen für die Relevanz des Aspekts außerhalb (A) und innerhalb (I) der Organisation. Zu Umfang und Details der prüferischen Durchsicht verweisen wir auf die externe Bescheinigung ab Seite 61. (—> G4.18–4.20)

● Extern geprüft    ■ Extern geprüft – Österreich    GB: Geschäftsbericht 2014

Indikator	Seite	Beschreibung	Kommentar	Prüfung
<b>Strategie und Analyse</b>				
G4.1	6	Erklärung des höchsten Entscheidungsträgers über den Stellenwert der Nachhaltigkeit und die Nachhaltigkeitsstrategie der Organisation (strategische Prioritäten, Schlüsselereignisse, Zielerfüllung, Herausforderungen)		●
G4.2	8, 12, 15, GB 39ff	Beschreibung der wichtigsten Auswirkungen, Risiken und Chancen		●
<b>Organisationsprofil</b>				
G4.3	8	Name der Organisation		●
G4.4	8, 64	Die wichtigsten Marken, Produkte und Dienstleistungen der Organisation		●
G4.5	8, 64	Hauptsitz		●
G4.6	4, 8	Länder, in denen die Organisation in wesentlichem Umfang tätig ist oder die aus Nachhaltigkeitssicht relevant sind		●
G4.7	8, GB 46	Eigentumsverhältnisse und Rechtsform		●
G4.8	4, GB 85ff	Märkte (geografische Aufschlüsselung, belieferte Branchen, Art der Abnehmer und Empfänger)		●
G4.9	4, 8, 60, GB 50f, 85ff, 106ff	Gesamtzahl der Beschäftigten und Geschäftsstandorte, Umsatzerlöse oder Nettoeinnahmen, Gesamtkapitalisierung, Menge gelieferter Produkte oder Dienstleistungen		●
G4.10		Detaillierte Aufschlüsselung der Beschäftigten (Beschäftigungsart, Geschlecht, Weisungsgebundene, Regionen, bedeutende Schwankungen der Arbeitnehmeranzahl)	Auf Grund von unterschiedlichen Systemen ist eine GRI-konforme Darstellung derzeit nicht möglich. Es ist geplant, hierzu in den nächsten zwei Jahren zu berichten.	●
G4.11	37	Prozentsatz aller ArbeitnehmerInnen, die von Kollektivvereinbarungen erfasst sind		●
G4.12	15	Lieferkette		●
G4.13	8, 15, GB 19ff, 46ff, 56f, 128ff, 156f	Wichtige Veränderungen während des Berichtszeitraums hinsichtlich Größe, Struktur, Eigentumsverhältnissen, Lieferkette		●
G4.14	16	Handhabung des Vorsorgeansatzes/Vorsorgeprinzips		●
G4.15	15, 25, 36, 42	Unterstützte extern entwickelte wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Initiativen		●
G4.16	15	Verbands-Mitgliedschaften von größerer Bedeutung		●
<b>Ermittelte wesentliche Aspekte und Grenzen</b>				
G4.17	63, GB 172f	Auflistung aller Unternehmen im konsolidierten Jahresabschluss		●

G4.18	10ff, 46	Erläuterung des Verfahrens zur Festlegung der Berichtsinhalte und dessen Umsetzung	●
G4.19	12, 46	Ermittelte wesentliche Aspekte im Prozess zur Festlegung der Berichtsinhalte	●
G4.20	12, 46ff	Beschreibung der Abgrenzung jedes wesentlichen Aspektes innerhalb der Organisation	●
G4.21	12	Beschreibung der Abgrenzung jedes wesentlichen Aspektes außerhalb der Organisation	●
G4.22	16, 63	Auswirkung jeder Neudarstellung einer Information aus früheren Berichten und Gründe dafür	●
G4.23	16, 63	Änderungen im Umfang und in den Grenzen der Aspekte im Vergleich zu früheren Berichtszeiträumen	●

### Einbindung von Stakeholdern

G4.24	12	Liste der eingebundenen Stakeholdergruppen	●
G4.25	12, 16	Grundlage der Ermittlung und Auswahl der Stakeholder	●
G4.26	10, 12, 16	Ansatz zur Einbindung der Stakeholder und ob eine Einbindung in der Berichtsvorbereitung erfolgt ist	●
G4.27	10, 12	Themen, die durch die Stakeholder aufgekomen sind, und die Reaktion der Organisation	●

### Berichtsprofil

G4.28	63	Berichtszeitraum	●
G4.29	63	Datum des jüngsten vorhergehenden Berichts	●
G4.30	63	Berichtszyklus	●
G4.31	64	Kontaktstelle hinsichtlich des Berichts	●
G4.32	46, 63	Benennung „In Übereinstimmung“-Option, GRI-Index der gewählten Option, Referenz zum externen Prüfungsbericht	●
G4.33	61f, 63	Verfahrensweise der Organisation hinsichtlich einer externen Prüfung des Berichts, Umfang der Prüfung und der Beziehung zur Prüfungsgesellschaft	●

### Unternehmensführung

G4.34	13, GB 61ff, 68ff	Führungsstruktur, inklusive Auflistung aller Komitees, die für die Entscheidungsfindung bei wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen verantwortlich sind	●
G4.35	13	Delegierungsprozess von Vollmachten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen	●
G4.36	13, GB 61ff	Zuständigkeiten für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen	●
G4.37	10, 12, 13	Konsultationsverfahren zwischen Stakeholdern und dem höchsten Kontrollorgan bei wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen	●
G4.38	GB 65ff, 68f	Zusammensetzung des höchsten Kontrollorgans und seiner Komitees	Mitgliedschaften in unterrepräsentierten gesellschaftlichen Gruppen werden auf Grund des persönlichen Datenschutzes nicht offengelegt. ●
G4.39	GB 65ff	Vorsitz des Kontrollorgans, Hinweis, ob der Vorsitz gleichzeitig eine geschäftsführende Funktion einnimmt	●
G4.40	GB 65ff	Nominierungs- und Auswahlverfahren des höchsten Kontrollorgans	Nominierungs- und Auswahlverfahren der höchsten Kontrollorgane obliegen den Eigentümern der Telekom Austria Group. ●
G4.41	GB 65ff	Mögliche Verfahren zur Vermeidung von Interessenskonflikten	●
G4.42	13, GB 68ff	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Entwicklung, der Bewilligung und der Aktualisierung der Absichtserklärungen, Leitbilder, Ziele etc. im Zusammenhang mit wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen	●



G4.43	13, GB 61ff, 69ff	Maßnahmen, um die kollektiven Kenntnisse des höchsten Kontrollorgans weiterzuentwickeln im Zusammenhang mit wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen		●
G4.44		Verfahren zur Beurteilung der Leistung des höchsten Kontrollorgans im Zusammenhang mit wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Themen	Eine Offenlegung ist auf Grund der aktienrechtlichen Rahmenbedingungen nicht möglich.	●
G4.45	GB 65ff	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Ermittlung und Verwaltung wirtschaftlicher, ökologischer und gesellschaftlicher Auswirkungen, Risiken und Chancen	Gemäß österreichischem Aktiengesetz kommt dem Aufsichtsrat die Rolle eines Kontrollgremiums zu. Der Indikator ist daher nur bedingt anwendbar.	●
G4.46	13, GB 68ff, 101ff	Rolle des höchsten Kontrollorgans bei der Überprüfung der Wirksamkeit der Risikomanagementverfahren der Organisation für wirtschaftliche, ökologische und gesellschaftliche Themen		●
G4.47	13, GB 68ff	Häufigkeit der Überprüfung der wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen, Risiken und Chancen durch das höchste Kontrollorgan		●
G4.48	13, 63	Zuständigkeit für die Prüfung, Bewilligung und Sicherstellung der korrekten Inhalte des Berichts		●
G4.49	16, GB 68ff	Prozess zur Mitteilung kritischer Anliegen an das höchste Kontrollorgan		●
G4.50	16	Art und Anzahl der mitgeteilten kritischen Anliegen		●
G4.51	GB 63ff, 162ff	Vergütungspolitik für das höchste Kontrollorgan und die leitenden Führungskräfte		●
G4.52	16, GB 63ff	Festlegung der Vergütung		●
G4.53	16, GB 68f	Einholung von Meinungsäußerungen der Stakeholder		●
G4.54		Verhältnis der Jahresgesamtvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters zum Median der Vergütung aller MitarbeiterInnen in jedem Land mit signifikanten geschäftlichen Aktivitäten	Informationen zu Gehältern werden von der Telekom Austria Group als strikt vertraulich behandelt. Eine Offenlegung, die über jene des Corporate-Governance-Berichts hinausgeht, erfolgt daher nicht.	●
G4.55		Das Verhältnis der prozentualen Steigerung der Jahresgesamtvergütung des höchstbezahlten Mitarbeiters in jedem Land mit signifikanten geschäftlichen Aktivitäten zum Median des prozentuellen Anstiegs der Vergütung aller MitarbeiterInnen	Informationen zu Gehältern werden von der Telekom Austria Group als strikt vertraulich behandelt. Eine Offenlegung, die über jene des Corporate-Governance-Berichts hinausgeht, erfolgt daher nicht.	●

### Ethik und Integrität

G4.56	15, 35, GB 39ff, 50ff	Werte, Grundsätze sowie Verhaltensstandards der Organisation		●
G4.57	15, GB 59f	Interne und externe Verfahren zu ethischem und gesetzeskonformem Verhalten und zur Integrität der Organisation Rat zu suchen		●
G4.58	15, GB 59f	Interne und externe Verfahren für die Meldung von Bedenken in Bezug auf ethisch nicht vertretbares oder rechtswidriges Verhalten		●

### Angaben zum Managementansatz

G4 DMA	14, 19, 25, 35, 41	Angaben über den Managementansatz der wesentlichen Aspekte		
--------	--------------------	--	--	--

### Wirtschaftliche Leistung (A/I)

EC1	16	Direkt erwirtschafteter und verteilter wirtschaftlicher Wert		
EC2		Durch den Klimawandel bedingte finanzielle Folgen und andere Risiken und Chancen für die Aktivitäten der Organisation	An einer GRI-konformen Darstellung wird derzeit gearbeitet. Für Informationen zu Chancen und Risiken aus dem Klimawandel verweisen wir auf das CDP-Rating 2015.	

EC3	GB 154f	Deckung der Verpflichtungen der Organisation aus dem leistungsorientierten Pensionsplan	
EC4	GB 131, 144f	Finanzielle Unterstützung von Seiten der Regierung	
<b>Marktpräsenz (A/I)</b>			
EC5		Spanne des Verhältnisses der Standardeintrittsgehälter nach Geschlecht zum lokalen Mindestlohn an Hauptgeschäftsstandorten	Informationen zu Gehältern werden von der Telekom Austria Group als strikt vertraulich behandelt. Eine Offenlegung, die über jene des Corporate Governance Berichts hinausgeht, erfolgt daher nicht.
EC6	59	Anteil der lokal angeworbenen Führungskräfte an Hauptgeschäftsstandorten	
<b>Indirekte wirtschaftliche Auswirkungen (A/I)</b>			
EC7	20, GB 26ff	Entwicklung und Auswirkung von Infrastrukturinvestitionen und unterstützten Dienstleistungen	
EC8	18, 43	Art und Umfang erheblicher indirekter wirtschaftlicher Auswirkungen	
<b>Beschaffung (A)</b>			
EC9	15	Anteil an Ausgaben für lokale Lieferanten an Hauptgeschäftsstandorten	
<b>Energie (I)</b>			
EN3	27, 54f	Energieverbrauch innerhalb der Organisation	■
EN4	29, 54	Energieverbrauch außerhalb der Organisation	■
EN5	25, 55	Energieintensität	■
EN6	25, 27, 28, 54ff	Verringerung des Energieverbrauchs	■
EN7	25, 28	Senkung des Energiebedarfs für Produkte und Dienstleistungen	■
<b>Emissionen (A/I)</b>			
EN15	27, 29, 54, 56	Direkte THG-Emissionen (Scope 1)	■
EN16	27, 54, 56	Indirekte energiebezogene THG-Emissionen (Scope 2)	■
EN17	54, 56	Weitere indirekte THG-Emissionen (Scope 3)	■
EN18	54, 56	Intensität der THG-Emissionen	■
EN19	27, 28, 56	Reduzierung der THG-Emissionen	■
EN20		Emissionen Ozon abbauender Stoffe (ODS)	ODS stellen keinen signifikanten Anteil an durch die Telekom Austria Group verursachten Treibhausgasen dar, daher werden diese nicht berichtet.
EN21	54, 57	NO <sub>x</sub> , SO <sub>x</sub> und andere signifikante Luftemissionen	
<b>Abwasser und Abfall (I)</b>			
EN22		Gesamtvolumen der Abwassereinleitung nach Qualität und Einleitungsort.	Die Telekom Austria Group ist kein produzierendes Unternehmen. Abwassereinleitungen fallen nur im Rahmen der Bürotätigkeit in das öffentliche Kanalsystem an. Aus diesem Grund wird der Indikator als nicht wesentlich erachtet.
EN23	29, 58	Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode	Eine GRI-konforme Darstellung ist derzeit nicht möglich. Es ist geplant, hierzu in den nächsten zwei Jahren zu berichten. ■
EN24		Gesamtzahl und -volumen signifikanter Verschmutzungen	siehe EN22
EN25	29	Gewicht des transportierten, importierten, exportierten oder behandelten Abfalls, der gemäß den Bestimmungen des Basler Übereinkommens Anlage I, II, III und VIII als gefährlich eingestuft wird, sowie Prozentsatz des international transportierten Abfalls	siehe EN22

EN26		Bezeichnung, Größe, Schutzstatus und Biodiversitätswert von Gewässern und damit verbundener Lebensräume, die von den Abwassereinleitungen und dem Oberflächenabfluss der Organisation signifikant betroffen sind	siehe EN22
------	--	--	------------

### Produkte und Services (A/I)

EN27	20, 29	Umfang der Maßnahmen zur Bekämpfung der ökologischen Auswirkungen von Produkten und Dienstleistungen	
EN28	29, 57	Prozentsatz der zurückgenommenen verkauften Produkte und deren Verpackungsmaterialien nach Kategorie	

### Umweltcompliance (A/I)

EN29	29	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Umweltgesetzen und -vorschriften	
------	----	--	--

### Transport (A/I)

EN30	28	Erhebliche ökologische Auswirkungen durch den Transport von Produkten und anderen Gütern und Materialien, die für die Geschäftstätigkeit der Organisation verwendet werden, sowie durch den Transport von Mitgliedern der Belegschaft	
------	----	---	--

### Allgemeine Umweltschutzausgaben (A/I)

EN31		Die gesamten Aufwendungen und Investitionen für Umweltschutz nach Art	Diese Auskunft stellt vertrauliche Informationen dar, die von der Telekom Austria Group nicht offengelegt werden.
------	--	---	---

### Beschäftigung (I)

LA1		Gesamtzahl und Rate neu eingestellter MitarbeiterInnen sowie Personalfuktuation nach Altersgruppe, Geschlecht und Region	Eine GRI-konforme Darstellung ist derzeit nicht möglich. Es ist geplant, hierzu in den nächsten zwei Jahren zu berichten.
LA2	37, GB 162ff	Betriebliche Leistungen, die nur Vollzeitbeschäftigten, nicht aber MitarbeiterInnen mit befristeten Arbeitsverträgen oder Teilzeitbeschäftigten gewährt werden, nach Hauptgeschäftsstandorten	
LA3	37, 58	Rückkehrate an den Arbeitsplatz und Verbleibsrate nach der Elternzeit nach Geschlecht	

### Arbeitgeber/Arbeitnehmer-Beziehung (A/I)

LA4	37	Mindestmitteilungsfristen bezüglich betrieblicher Veränderungen, einschließlich der Angabe, ob diese in Kollektivvereinbarungen dargelegt sind	
-----	----	--	--

### Arbeitssicherheit und -gesundheit (I)

LA5		Prozentsatz der Gesamtbelegschaft, die in formellen Arbeitgeber-/Arbeitnehmer-Ausschüssen vertreten ist, die die Überwachung von Programmen zu Arbeitssicherheit und Gesundheitsschutz unterstützen und entsprechende Beratung anbieten	In allen Tochtergesellschaften sind Health & Safety-Beauftragte nominiert, die im Austausch mit der Personalvertretung und als VertreterInnen der gesamten Belegschaft Sicherheits- und Gesundheitsaspekte überwachen und koordinieren.
LA6	59	Art der Verletzung und Rate der Verletzungen, Berufskrankheiten, Ausfalltage und Abwesenheit sowie die Gesamtzahl der arbeitsbedingten Todesfälle nach Region und Geschlecht	
LA7	37	ArbeiterInnen mit hoher Erkrankungsrate oder -gefährdung im Zusammenhang mit ihrer Beschäftigung	
LA8	37	Gesundheits- und Sicherheitsthemen, die in formellen Vereinbarungen mit Gewerkschaften behandelt werden	

### Aus- und Weiterbildung (I)

LA9	35, 37	Durchschnittliche jährliche Stundenzahl für Aus- und Weiterbildung pro MitarbeiterIn nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie
LA10	35, 37	Programme für Kompetenzmanagement und lebenslanges Lernen, die zur fortdauernden Beschäftigungsfähigkeit der MitarbeiterInnen beitragen und diese im Umgang mit dem Ausstieg aus dem Berufsleben unterstützen
LA11	37	Prozentsatz der MitarbeiterInnen, die eine regelmäßige Beurteilung ihrer Leistung und ihrer Karriereentwicklung erhalten, nach Geschlecht und Mitarbeiterkategorie

### Vielfalt und Chancengleichheit (I)

LA12	36, 58f, GB 61ff	Zusammensetzung der Kontrollorgane und Aufteilung der MitarbeiterInnen nach Mitarbeiterkategorie in Bezug auf Geschlecht, Altersgruppe, Zugehörigkeit zu einer Minderheit und andere Diversitätsindikatoren
------	------------------	---

### Gleiche Bezahlung von Frauen und Männern (I)

LA13	Verhältnis des Grundgehalts und der Vergütung von Frauen zum Grundgehalt und zur Vergütung von Männern nach Mitarbeiterkategorie und Hauptgeschäftsstandorten	Informationen zu Gehältern werden von der Telekom Austria Group als strikt vertraulich behandelt. Eine Offenlegung, die über jene des Corporate Governance Berichts hinausgeht, erfolgt daher nicht.
------	---	--

### Anti-Diskriminierung (A/I)

HR3	37	Gesamtzahl der Diskriminierungsvorfälle und ergriffene Abhilfemaßnahmen
-----	----	---

### Vereinigungsfreiheit und Recht auf Kollektivverhandlungen (I)

HR4	37	Ermittelte Geschäftsstandorte und Lieferanten, bei denen das Recht der Beschäftigten auf Vereinigungsfreiheit oder Kollektivverhandlungen verletzt wird oder erheblich gefährdet sein könnte, und ergriffene Maßnahmen zum Schutz dieser Rechte
-----	----	---

### Lokale Community (A)

S01	43	Prozentsatz der Geschäftsstandorte, bei denen Maßnahmen zur Einbindung lokaler Gemeinschaften, Folgenabschätzungen und Förderprogramme umgesetzt wurden
S02	21	Geschäftstätigkeiten mit erheblichen tatsächlichen oder potenziellen negativen Auswirkungen auf lokale Gemeinschaften

### Anti-Korruption (A/I)

S03	16	Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken	●
S04	16, 54, GB 59ff	Informationen und Schulungen über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung	●
S05	GB 71	Bestätigte Korruptionsvorfälle und ergriffene Maßnahmen	

### Politische Einflussnahme (A/I)

S06	Gesamtwert der politischen Spenden, dargestellt nach Land und Empfänger/Begünstigtem	Gemäß dem Code of Conduct sind politische Spenden in der Telekom Austria Group untersagt.
-----	--	---

### Wettbewerbswidriges Verhalten (A/I)

S07	21, GB 146ff, 170f	Gesamtzahl der Verfahren auf Grund von wettbewerbswidrigem Verhalten oder Kartell- und Monopolbildung sowie deren Ergebnisse	Gegen die Telekom Austria AG und ihre Tochtergesellschaften sind im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit verschiedene Verfahren, Prozesse sowie sonstige Ansprüche anhängig. Aus Gründen der Vertraulichkeit darf zu den laufenden Verfahren keine Auskunft gegeben werden.
-----	--------------------	--	---

### Compliance (A/I)

S08	GB 146ff, 170f	Monetärer Wert signifikanter Bußgelder und Gesamtzahl nicht monetärer Strafen wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften	Gegen die Telekom Austria AG und ihre Tochtergesellschaften sind im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit verschiedene Verfahren, Prozesse sowie sonstige Ansprüche anhängig. Aus Gründen der Vertraulichkeit darf zu den laufenden Verfahren keine Auskunft gegeben werden.
-----	----------------	---	---

### Beschwerdeverfahren hinsichtlich gesellschaftlicher Auswirkungen (A/I)

S011	GB 71	Anzahl der Beschwerden in Bezug auf Auswirkungen auf die Gesellschaft, die über formelle Beschwerdeverfahren eingereicht, bearbeitet und gelöst wurden
------	-------	--

### Kennzeichnung von Produkten und Dienstleistungen (A)

PR3	21	Art der Produkte- und Dienstleistungsinformationen, die durch die Verfahren der Organisation für Informationen über und Kennzeichnung von Produkte(n) erforderlich sind, sowie Prozentsatz der maßgeblichen Produkt- und Dienstleistungskategorien, die solchen Informationspflichten unterliegen	
PR5	19, 54	Ergebnisse von Umfragen zur Kundenzufriedenheit	Ein gruppenweites System zur Messung wurde erst 2013 implementiert und 2014 schrittweise ausgerollt, daher ist für das Berichtsjahr keine Angabe möglich.

### Marketing (A/I)

PR6	21	Verkauf verbotener oder umstrittener Produkte
PR7	16	Gesamtzahl der Fälle von Nichteinhaltung von Vorschriften oder freiwilligen Verhaltensregeln in Bezug auf Werbung einschließlich Anzeigen, Verkaufsförderung und Sponsoring, dargestellt nach Art der Folgen

### Schutz der Privatsphäre von Kunden (A/I)

PR8	16	Gesamtzahl begründeter Beschwerden in Bezug auf die Verletzung der Privatsphäre von Kunden und den Verlust von Kundendaten	
PR9		Geldwert der erheblichen Bußgelder wegen Nichteinhaltung von Gesetzen und Vorschriften in Bezug auf die Bereitstellung und Nutzung von Produkten und Dienstleistungen	Gegen die Telekom Austria AG und ihre Tochtergesellschaften sind im Rahmen der gewöhnlichen Geschäftstätigkeit verschiedene Verfahren, Prozesse sowie sonstige Ansprüche anhängig. Aus Gründen der Vertraulichkeit darf zu den laufenden Verfahren keine Auskunft gegeben werden.

### Telecommunications Sector Supplement – Internal Operations

I01	20, GB 85ff	Investitionen in Telekommunikationsnetzinfrastruktur, aufgeschlüsselt nach Land/Region
-----	-------------	--

IO2		Netzkosten für nicht rentable Dienstleistungen in abgelegenen Regionen und für Gruppen mit geringen Einkünften (allgemeine Versorgungspflicht)	Diese Auskunft stellt vertrauliche Informationen dar, die von der Telekom Austria Group nicht offengelegt werden.
IO3	37	Maßnahmen zur Gewährleistung von Gesundheit und Arbeitssicherheit des Personals beim Bau und Betrieb der Infrastruktur	
IO4-5	21	Einhaltung der ICNIRP-Normen betreffend Belastungen durch Funkwellen von Telefonen, Funkgeräten und Basisstationen	
IO6	21	Policies/Vorgangsweise für die Einhaltung der Specific Absorption Rate (SAR) betreffend Mobiltelefone und Funkgeräte	
IO7	21	Policies/Vorgangsweise bei der Installation von Sendemasten und Übertragungsstationen in Bezug auf Stakeholder-Einbindung, gemeinsame Nutzung von Mobilfunksendemasten und Initiativen zur Verringerung der sichtbaren baulichen Auswirkungen	
IO8	21	Anzahl und Prozentsatz von allein bzw. gemeinsam genutzten Sendestandorten	

### Telecommunications Sector Supplement – Providing Access

PA1	21	Policies/Methoden, welche die Entwicklung von Telekommunikationsinfrastruktur und Zugang zu Telekommunikationsprodukten/-services in abgelegenen und wenig besiedelten Gebieten sicherstellen	
PA2	43	Policies/Methoden, welche Barrieren wie Sprache, kulturelle Zugehörigkeit, Analphabetismus, fehlende Bildung, Einkommen, Behinderung und Alter in der Nutzung und im Zugang zu Telekommunikationsprodukten/-services mindern	
PA3	20	Policies/Methoden, welche Verfügbarkeit und Sicherheit von Telekommunikationsprodukten/-services sicherstellen (Ausfallzeiten)	
PA4	20f	Quantifizierung des Verfügbarkeitsgrades von Telekommunikationsprodukten/-services im Versorgungsgebiet	
PA5	43	Anzahl und Arten von Telekommunikationsprodukten/-services, die Bevölkerungsschichten mit geringem Einkommen zur Verfügung gestellt werden	
PA6	21	Notfall-/Sicherheitspläne, welche Verfügbarkeit von Produkten in Notfallsituationen und Katastrophenfällen gewährleisten	
PA7	21, 41, 43	Policies/Methoden zur Regelung von Menschenrechtsbelangen in Bezug auf Netzzugang und Gebrauch von Produkten und Services	
PA8	21	Policies/Methoden zur externen Kommunikation betreffend elektromagnetische Felder	
PA9	21	Investitionen in Programme/Forschungsaktivitäten elektromagnetische Felder betreffend	
PA10	21	Initiativen, welche die Übersichtlichkeit von Vertragsbedingungen/Tarifmodellen sicherstellen	
PA11	29	Initiativen, welche Kunden über Produkteigenschaften zur Förderung von verantwortungsvollem, effizientem und umweltfreundlichem Einsatz informieren	

### Telecommunications Sector Supplement – Technology Applications

TA1	20	Beschreibung der Ressourceneffizienz von Telekommunikationsprodukten/-services	
TA2	20	Beispiele für TK-Produkte, Dienstleistungen und Anwendungen, welche das Potenzial haben, physische Objekte zu ersetzen (z. B. Online-Telefonie, Videokonferenzen etc.)	
TA5	43	Maßnahmen zum Schutz geistigen Eigentums und zum Zugang zu Open-Source-Techniken	

# Kennzahlen

## Produkte

### Customer Service

2014	Kundenkontakte <sup>1)</sup> (in Tsd.)	Customer Service MitarbeiterInnen (in FTE)
Österreich	20.700	2.384
Bulgarien	3.931	361
Kroatien	3.592	234
Weißrussland	4.944	413
Slowenien	1.074	76
Republik Serbien	2.614	160
Republik Mazedonien	1.735	27
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>38.590</b>	<b>3.655</b>
<b>2013</b>		
Österreich	22.300	2.407
Bulgarien	4.375	371
Kroatien	3.412	228
Weißrussland	5.125	373
Slowenien	907	72
Republik Serbien	3.091	152
Republik Mazedonien	1.429	23
<b>Telekom Austria Group<sup>2)</sup></b>	<b>40.640</b>	<b>3.627</b>
<b>Veränderung (in %)</b>		
Österreich	-7	-1
Bulgarien	-10	-3
Kroatien	5	3
Weißrussland	-4	11
Slowenien	18	6
Republik Serbien	-15	5
Republik Mazedonien	21	17
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>-5</b>	<b>1</b>

1) Beinhalten im Wesentlichen Kontakte per Telefon, E-Mail und SMS

2) Inklusiv mobilkom liechtenstein

(—> PR5)

### Schulungen hinsichtlich Anti-Korruption

2014	
Österreich	1.001
Bulgarien	90
Kroatien	55
Weißrussland	1.514
Slowenien	95
Republik Serbien	92
Republik Mazedonien	103
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>2.950</b>

(—> S04)

## Umwelt

### Berechnungsmethode – Emissionen

Bei der Berechnung der direkten, indirekten und sonstigen indirekten Treibhausgas-Emissionen folgt die Telekom Austria Group grundsätzlich der international anerkannten Definition des Greenhouse Gas Protocols des WRI/WBCSD (World Resources Institute und World Business Council for Sustainable Development), wobei jedoch alle, also nicht nur die vom Kyoto Protocol abgedeckten, Treibhausgase in die Berechnung einfließen. In diesem Zusammenhang wurde auf die von ecoinvent veröffentlichten Daten (AR4-100 year (IPCC 2007-4. Assessment Report)) zurückgegriffen. Werte entsprechen CO<sub>2</sub>-Äquivalenten. Bei den von Energielieferanten bekannt gegebenen Scope 2 Emissionen sind die einbezogenen Gase nicht bekannt. Werte für Österreich inklusive Holding und ohne Kompensation, sofern nicht anders angegeben. (—> EN15, 16, 17, 18, 21)

### Berechnungsmethode – Energie

Die Berechnung basiert – sofern es sich nicht um Eigenproduktion handelt – auf der Abrechnung der jeweiligen Energieversorger. Zur Umrechnung auf Kilowattstunden wurden die Faktoren der ecoinvent Datenbank herangezogen. Schätzungen wurden teilweise getroffen, wenn Daten nicht verfügbar waren. Für den Energiegehalt der Kraftstoffe wird der Heizwert herangezogen. (—> EN3, 4, 6)

Umweltkennzahlen der Republik Mazedonien umfassen das Unternehmen Vip operator.

## Direkte und indirekte Energie

2014 (in MWh)	Strom <sup>1)</sup>	Brennstoffe für Heizung <sup>2)</sup>	Fernwärme	Treibstoffe <sup>3)</sup>	Gesamtenergieverbrauch
Österreich	299.840	16.798	30.853	51.730	399.221
Bulgarien	64.617	92	263	7.705	72.677
Kroatien	42.864	61	3.323	4.020	50.268
Weißrussland	82.536	0	2.933	4.514	89.982
Slowenien	20.778	0	246	299	21.322
Republik Serbien	34.408	70	733	2.483	37.694
Republik Mazedonien	9.234	844	0	479	10.556
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>554.276</b>	<b>17.864</b>	<b>38.351</b>	<b>71.230</b>	<b>681.721</b>
<b>2013 (in MWh)</b>					
Österreich	307.693	19.424	34.467	52.894	414.478
Bulgarien	68.474	123	393	8.122	77.112
Kroatien	39.428	67	3.768	3.743	47.007
Weißrussland	75.832	968	4.007	4.488	85.295
Slowenien	24.028	0	326	340	24.694
Republik Serbien	31.757	61	733	2.443	34.994
Republik Mazedonien	10.566	857	0	490	11.913
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>557.778</b>	<b>21.499</b>	<b>43.694</b>	<b>72.521</b>	<b>695.493</b>
<b>Veränderung (in %)</b>					
Österreich	-3	-14	-10	-2	-4
Bulgarien	-6	-25	-33	-5	-6
Kroatien	9	-9	-12	7	7
Weißrussland	9	-100	-27	1	5
Slowenien	-14	o. A.	-25	-12	-14
Republik Serbien	8	15	0	2	8
Republik Mazedonien	-13	-2	o. A.	-2	-11
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>-1</b>	<b>-17</b>	<b>-12</b>	<b>-2</b>	<b>-2</b>

Tabelle vorbehaltlich Rundungsdifferenzen. 1 Joule = 2,77777778 × 10<sup>-10</sup> MWh

1) Zukauf und Eigenproduktion sowie Diesel für Notstromaggregate

2) Inklusive Öl und Gas

3) Inklusive Diesel, Benzin, CNG, LPG und Erdgas

(—→ EN3, 6)

## Energie-, Brenn- und Treibstoffverbrauch<sup>1)</sup>

2014 (in MWh)	Aus nicht erneuerbaren Energieträgern	Aus erneuerbaren Energieträgern <sup>2)</sup>
Telekom Austria Group	87.398	4.465

1) Öl, Diesel, Benzin, LPG und CNG und Erdgas, inklusive Diesel für Notstromaggregate

(—→ EN3)

2) Anteil an Biokraftstoffen in Diesel und Benzin

## Umwelt – relative Indikatoren

2014	Energieeffizienzindex <sup>1)</sup> (in MWh pro Terabyte)	E-Billing-Anteil (in %)	Wasserverbrauch (pro FTE, in m <sup>3</sup> )
Telekom Austria Group	0,8	64	16

1) Energieeffizienzindex stellt den gesamten Verbrauch innerhalb der Telekom Austria Group an elektrischer Energie im Verhältnis zum gesamten übertragenen Datenvolumen von Mobilkommunikation und Festnetz dar.

(—→ EN5)



## Umwelt – relative Indikatoren

2014	Anteil erneuerbarer Energie am Strom <sup>1)</sup> (in %)	Recyclingquote <sup>2)</sup> (in %)	CO <sub>2</sub> -Intensität <sup>3)</sup> (pro FTE)	Durchschnittlicher Papierverbrauch (kg/FTE)
Österreich	99	78	3	12
Bulgarien	17	13	16	37
Kroatien	36	56	18	29
Weißrussland	0,5	61	18	26
Slowenien	31	94	22	16
Republik Serbien	24	65	33	33
Republik Mazedonien	17	87	17	37
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>61</b>	<b>73</b>	<b>11</b>	<b>21</b>

2013	Anteil erneuerbarer Energie am Strom <sup>1)</sup> (in %)	Recyclingquote <sup>2)</sup> (in %)	CO <sub>2</sub> -Intensität <sup>3)</sup> (pro FTE)	Durchschnittlicher Papierverbrauch (kg/FTE)
Österreich	68	77	9	15
Bulgarien	17	14	16	28
Kroatien	45	60	17	15
Weißrussland	0	41	18	23
Slowenien	31	72	26	6
Republik Serbien	24	29	31	35
Republik Mazedonien	21	76	48	88
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>45</b>	<b>71</b>	<b>14</b>	<b>20</b>

1) Anteil am Stromverbrauch, Werte für A1 wurden gerechnet, die übrigen anhand des landesüblichen Gridfaktors gemessen. (—→ EN18)

2) Zur Verwertung übergebene Fraktionen (ungefährliche Abfälle, Elektronik und Batterien) im Verhältnis zum Gesamtabfall.

3) CO<sub>2</sub>-Intensität beinhaltet die CO<sub>2</sub>-Emissionen aus Scope 1 und Scope 2 (exklusive Kompensation), geteilt durch die Anzahl der MitarbeiterInnen per Jahresende.

## Direkte und indirekte Treibhausgas-Emissionen

2014 (CO <sub>2</sub> in t)	Direkt (Scope 1)	Indirekt (Scope 2)	Gesamt (Scope 1+2)	Gesamt (Scope 1+2 sowie Kompensation)
Österreich	18.048	10.040	28.088	11.840
Bulgarien	3.302	36.464	39.766	39.766
Kroatien	1.169	19.789	20.959	20.959
Weißrussland	1.589	31.921	33.510	33.510
Slowenien	80	8.755	8.835	8.835
Republik Serbien	1.056	29.677	30.733	30.733
Republik Mazedonien	608	8.343	8.951	8.951
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>25.853</b>	<b>144.989</b>	<b>170.842</b>	<b>154.594</b>

2013 (CO <sub>2</sub> in t)	Direkt (Scope 1)	Indirekt (Scope 2)	Gesamt (Scope 1+2)	Gesamt (Scope 1+2 sowie Kompensation)
Österreich	18.978	61.679	80.657	80.657
Bulgarien	4.125	38.224	42.349	42.349
Kroatien	1.043	18.391	19.434	19.434
Weißrussland	1.612	29.744	31.356	31.356
Slowenien	96	10.136	10.231	10.231
Republik Serbien	1.003	27.418	28.421	28.421
Republik Mazedonien	619	9.654	10.273	10.273
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>27.476</b>	<b>195.246</b>	<b>222.722</b>	<b>222.722</b>

### Veränderung (in %)

Österreich	-5	-84	-65	-85
Bulgarien	-20	-5	-6	-6
Kroatien	12	8	8	8
Weißrussland	-1	7	7	7
Slowenien	-16	-14	-14	-14
Republik Serbien	5	8	8	8
Republik Mazedonien	-2	-14	-13	-13
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>-6</b>	<b>-26</b>	<b>-23</b>	<b>-31</b>

Scope 1 beinhaltet direkte Emissionen aus Verbrennung fossiler Energien für die Heizung und Mobilität ohne Berücksichtigung von Kühlmitteln. (—→ EN15, 16, 19)

Scope 2 misst indirekte Emissionen aus Stromverbrauch und Fernwärme.

## Sonstige indirekte

### Treibhausgas-Emissionen

2014 (CO <sub>2</sub> in t)	Vorgelagert (Scope 3)
Österreich	14.546
Bulgarien	18.255
Kroatien	9.983
Weißrussland	17.995
Slowenien	2.272
Republik Serbien	16.227
Republik Mazedonien	5.059
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>84.336</b>

### 2013 (CO<sub>2</sub> in t)

Österreich	39.523
Bulgarien	18.279
Kroatien	8.220
Weißrussland	14.973
Slowenien	2.374
Republik Serbien	12.880
Republik Mazedonien	4.864
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>101.113</b>

### Veränderung (in %)

Österreich	-63
Bulgarien	0
Kroatien	21
Weißrussland	20
Slowenien	-4
Republik Serbien	26
Republik Mazedonien	4
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>-17</b>

Scope 3 berücksichtigt die mit der vorgelagerten Energieerzeugung verbundenen Emissionen aus Heizung, Strom (nicht in Scope 2 beinhaltet) und Treibstoffen (Fuhrpark) sowie Dienstreisen (Taxifahrten, Flug, Bahn) und den Energieverbrauch der Mobiltelefone von Kunden. Vorgelagerte Emissionen wurden gemäß ecoinvent berechnet. (—→ EN17)

## Fuhrpark

2014	Fahrzeuge (in Stk.)	Einsatz Benzin (in l)	Einsatz Diesel (in l)	Einsatz alternativer Treibstoffe (in l)	Fahrleistung (in Tsd. km)
Telekom Austria Group	4.826	343.482	6.847.508	174.762	102.870
<b>2013</b>					
Telekom Austria Group	4.934	531.816	6.710.307	170.224	102.214
<b>Veränderung (in %)</b>					
Telekom Austria Group	-2	-35	2	3	1

## Luftschadstoffe des Fuhrparks<sup>1)</sup>

2014 (in g/km)	NO <sub>x</sub>	SO <sub>2</sub>	PM <sub>10</sub>
Telekom Austria Group	0,666	0,188	0,067
<b>2013 (in g/km)</b>			
Telekom Austria Group	0,667	0,193	0,067
<b>Veränderung (in %)</b>			
Telekom Austria Group	0	-2	0

1) Die Luftschadstoffe wurden 2012 erstmals nach der Berechnungsmethode von ecoinvent ermittelt. Sie beinhalten den Ausstoß des Fuhrparks. Die oben dargestellten Luftemissionen stellen die wesentlichen Schadstoffe für die Telekom Austria Group dar. (—→ EN21)

## Abfall – Papierverbrauch

2014 (in kg)	Druck- & Kopierpapier	Sonstiges <sup>1)</sup>	Gesamt
Österreich	102.197	727.172	829.369
Bulgarien	92.477	186.841	279.318
Kroatien	33.530	160.406	193.936
Weißrussland	49.700	43.429	93.129
Slowenien	6.225	98.557	104.782
Republik Serbien	30.434	151.394	181.828
Republik Mazedonien	20.000	68.172	88.172
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>334.563</b>	<b>1.435.971</b>	<b>1.770.534</b>
<b>2013 (in kg)</b>			
Österreich	127.945	804.297	932.242
Bulgarien	74.830	196.166	270.996
Kroatien	16.827	130.886	147.713
Weißrussland	39.966	23.500	63.466
Slowenien	2.318	97.593	99.911
Republik Serbien	32.192	167.483	199.675
Republik Mazedonien	18.908	43.599	62.507
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>312.986</b>	<b>1.463.524</b>	<b>1.776.510</b>
<b>Veränderung (in %)</b>			
Österreich	-20	-10	-11
Bulgarien	24	-5	3
Kroatien	99	23	31
Weißrussland	24	85	47
Slowenien	169	1	5
Republik Serbien	-5	-10	-9
Republik Mazedonien	6	56	41
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>7</b>	<b>-2</b>	<b>0</b>

1) Sonstiges beinhaltet im Wesentlichen Papier für Kundenrechnungen sowie Papier für Verpackungen.

## Abfall – Handyrecycling

2014 (in Stk.)	Gesammelte Althandys
Österreich	11.794
Bulgarien	1.135
Kroatien	483
Weißrussland	o. A.
Slowenien	5.640
Republik Serbien	1.189
Republik Mazedonien	500
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>20.561</b>
<b>2013 (in Stk.)</b>	
Österreich	5.544
Bulgarien	530
Kroatien	7.965
Weißrussland	o. A.
Slowenien	1.744
Republik Serbien	91.570
Republik Mazedonien	o. A.
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>107.353</b>
<b>Veränderung (in %)</b>	
Österreich	113
Bulgarien	114
Kroatien	-94
Weißrussland	o. A.
Slowenien	213
Republik Serbien	-99
Republik Mazedonien	o. A.
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>-81</b>

(—→ EN28)

## Abfall – Wasserverbrauch

2014 (in m <sup>3</sup> )	Absolut
Telekom Austria Group	266.555
<b>2013 (in m<sup>3</sup>)</b>	
Telekom Austria Group	280.078
<b>Veränderung (in %)</b>	
Telekom Austria Group	-5

## Abfall

2014 (in kg)	Papier	Recyclebar Metall	Sonstige <sup>1)</sup>	Elektronik	Gefährliche Abfälle Batterien	Sonstige <sup>2)</sup>	Restmüll	Gesamt
Telekom Austria Group	1.059.060	3.485.791	605.535	774.212	72.587	233.426	2.020.578	<b>8.251.189</b>
2013 (in kg)								
Telekom Austria Group	1.244.480	4.382.349	606.827	630.899	20.151	358.911	2.310.134	<b>9.553.751</b>
Veränderung (in %)								
Telekom Austria Group	-15	-20	0	23	260	-35	-13	<b>-14</b>

Abfallmengen wurden anhand der Rechnungen der Entsorgungsunternehmen oder, wenn dies nicht möglich war, anhand der Behältervolumina und der Entleerungsintervalle berechnet.

1) Sonstige recyclebare Abfälle beinhalten im Wesentlichen Kunststoff, Glas und Biomüll.

2) Sonstige gefährliche Abfälle beinhalten Mobiltelefone und andere gefährliche Stoffe.

(—→ EN23)

## MitarbeiterInnen

### Karenzen und Rückkehren nach Karenz aufgeteilt nach Geschlecht

2014 (in HC)	Karenzierungen		Rückkehren	
	männlich	weiblich	männlich	weiblich
Telekom Austria Group	78	762	67	328

(—→ LA3)

### Zusammensetzung der Kontrollorgane<sup>1)</sup> (Altersstruktur)

2014	Gesamt (in HC)	Frauenanteil (in %)	unter 30 (in HC)	30–50 (in HC)	über 50 (in HC)
Telekom Austria Group	10	20	0	1	9

1) Kapitalvertreter im Aufsichtsrat

(—→ LA12)

### Altersstruktur MitarbeiterInnen<sup>1)</sup>

2014 (in HC)	bis 30	30–50	über 50
Österreich	870	5.286	2.478
Bulgarien	863	1.580	83
Kroatien	120	970	61
Weißrussland	785	1.027	69
Slowenien	57	324	18
Republik Serbien	241	680	12
Republik Mazedonien	94	434	7
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>3.030</b>	<b>10.301</b>	<b>2.728</b>
2013 (in HC)	bis 30	30–50	über 50
Österreich	578	5.855	2.253
Bulgarien	914	1.626	96
Kroatien	128	950	60
Weißrussland	660	1.011	79
Slowenien	73	325	20
Republik Serbien	298	591	12
Republik Mazedonien	32	179	3
<b>Telekom Austria Group<sup>2)</sup></b>	<b>2.686</b>	<b>10.550</b>	<b>2.522</b>

1) Berücksichtigt keine Lehrlinge

2) Inklusive mobilkom liechtenstein

(—→ LA12)

## Unfallstatistik

2014 (in Arbeitstagen)	Unfälle	Unfälle mit Todesfolge	Ausfalltage infolge von Unfällen
Österreich	113	0	1.026
Bulgarien	1	0	68
Kroatien	15	0	305
Weißrussland <sup>1)</sup>	1	1	0
Slowenien	2	0	41
Republik Serbien	4	0	80
Republik Mazedonien	7	0	650
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>143</b>	<b>1</b>	<b>2.170</b>
<b>2013</b>			
Österreich	125	0	1.811
Bulgarien	5	0	184
Kroatien	11	0	180
Weißrussland	0	0	0
Slowenien	3	0	76
Republik Serbien	8	0	250
Republik Mazedonien	0	0	0
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>152</b>	<b>0</b>	<b>2.501</b>

1) Unfall mit Todesfolge während der Arbeitszeit bei Wartungsarbeiten. (—→ LA6)  
 Verstärkte Präventions- und Sicherheitsmaßnahmen wurden in Folge eingeleitet (z. B. Sicherheits- und Kompetenztests).

## Geschlechtervielfalt

2014 (in %)	Anteil weiblicher Führungskräfte	Anteil weiblicher Mitarbeiter
Österreich	17	26
Bulgarien	47	52
Kroatien	41	39
Weißrussland	40	61
Slowenien	40	47
Republik Serbien	43	52
Republik Mazedonien	37	54
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>29</b>	<b>38</b>
<b>2013 (in %)</b>		
Österreich	16	27
Bulgarien	58	50
Kroatien	40	41
Weißrussland	42	60
Slowenien	42	48
Republik Serbien	43	54
Republik Mazedonien	38	60
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>31</b>	<b>37</b>

(—→ LA12)

## Anteil lokaler Führungskräfte

2014 (in %)	
Österreich	98
Bulgarien	98
Kroatien	98
Weißrussland	99
Slowenien	96
Republik Serbien	96
Republik Mazedonien	94
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>97</b>
<b>2013 (in %)</b>	
Österreich	98
Bulgarien	98
Kroatien	98
Weißrussland	99
Slowenien	98
Republik Serbien	97
Republik Mazedonien	96
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>98</b>

(—→ EC6)

## MitarbeiterInnen in Teilzeit

2014 (in HC)	
Österreich	661
Bulgarien	65
Kroatien	0
Weißrussland	32
Slowenien	10
Republik Serbien	0
Republik Mazedonien	0
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>768</b>
<b>2013 (in HC)</b>	
Österreich	650
Bulgarien	52
Kroatien	0
Weißrussland	22
Slowenien	15
Republik Serbien	0
Republik Mazedonien	0
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>739</b>

(—→ LA12)

## A1 Internet für Alle

	Anzahl Schulungen	TeilnehmerInnen	Teilnehmerzufriedenheit (in %)	Teilnehmer MitarbeiterInnen <sup>1)</sup>	Weiterempfehlungsrate (in %)
<b>2014</b>					
Österreich	1.487	18.704	97	715	98
<b>2013</b>					
Österreich	1.505	19.397	98	732	98
<b>Veränderung (in %)</b>					
Österreich	-1	-4	o. A.	-2	o. A.

1) Zählung der erstmaligen Unterstützung im jeweiligen Berichtsjahr

## Schulungen Medienkompetenz

	TeilnehmerInnen
<b>2014</b>	
Österreich	18.704
Bulgarien	500
Kroatien	200
Weißrussland	100
Slowenien	1.000
Republik Serbien	60
Republik Mazedonien	250
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>20.814</b>
<b>2013</b>	
Österreich	19.397
Bulgarien	o. A.
Kroatien	o. A.
Weißrussland	o. A.
Slowenien	4.926
Republik Serbien	60
Republik Mazedonien	100
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>24.483</b>
<b>Veränderung (in %)</b>	
Österreich	-4
Bulgarien	o. A.
Kroatien	o. A.
Weißrussland	o. A.
Slowenien	-80
Republik Serbien	o. A.
Republik Mazedonien	o. A.
<b>Telekom Austria Group</b>	<b>-15</b>

## Wirtschaftliche Kennzahlen Telekom Austria Group

(in Mio. EUR)	Umsatzerlöse	EBITDA bereinigt <sup>1)</sup>	EBITDA <sup>2)</sup>	Betriebsergebnis	Jahresergebnis	Eigenkapital	Börsenkapitalisierung <sup>3)</sup>
<b>2014</b>	4.018,0	1.286,1	850,8	-3,0	-185,4	2.218,0	3,7
<b>2013</b>	4.183,9	1.287,4	1.182,8	318,2	52,1	1.459,1	2,4
<b>Veränderung</b>	-4,0	-0,1	-28,1	o. A.	o. A.	52,0	o. A.

1) Errechnet sich aus dem EBITDA, exklusive Effekten aus Restrukturierung und Werthaltigkeitsprüfung

2) Inklusive Effekten aus Restrukturierung und Werthaltigkeitsprüfung

3) Per 31. Dezember 2014 (in Mrd. EUR)

(→ G4.9)

# Bescheinigung

## Einleitung

Wir wurden mit der Durchführung einer Prüfung zur Erlangung einer begrenzten Sicherheit zu bestimmten Themenbereichen des Nachhaltigkeitsberichts 2014 (nachfolgend: „Bericht“) der Telekom Austria Group (nachfolgend: „TAG“) beauftragt.

Der Bericht und die zugrunde liegenden Prozeduren, Systeme und Strukturen, einschließlich der Auftragsinhalte und Kriterien, liegen in der Verantwortung des Managements der Telekom Austria AG. Unsere Verantwortung besteht darin, ein Urteil auf Basis unserer prüferischen Durchsicht abzugeben.

Wir haben die prüferische Durchsicht entsprechend dem International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000, Assurance Engagements Other Than Audits or Reviews of Historical Financial Information sowie dem Fachgutachten des Fachsenats für Unternehmensrecht und Revision über die Durchführung von sonstigen Prüfungen (KFS/PG 13) zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit über die Auftragsinhalte durchgeführt. Der Umfang einer prüferischen Durchsicht zur Erlangung einer begrenzten Prüfsicherheit ist geringer als jener zur Erlangung einer hinreichenden Prüfsicherheit, sodass ein geringerer Grad an Prüfsicherheit gegeben ist.

Grundlage dieses Auftrages sind die Allgemeinen Einkaufsbedingungen für Beratungsleistungen und Services (Stand 02/2012) der TAG mit subsidiärer Geltung der von der Kammer der Wirtschaftstreuhandherausgegebenen Allgemeinen Auftragsbedingungen für

Wirtschaftstreuhandberufe (AAB 2011) vom 8. März 2000 i.d.F. vom 21. Februar 2011. Unsere Haftung ist für grobe Fahrlässigkeit mit einer Haftungshöchstgrenze von EUR 2.000.000 und für leichte Fahrlässigkeit mit einer Haftungshöchstgrenze von EUR 5.000 begrenzt. Diese Beträge bilden den Haftungshöchstbetrag, der nur einmal bis zu diesem Maximalbetrag ausgenutzt werden kann, dies auch, wenn es mehrere Anspruchsberechtigte gibt oder mehrere Ansprüche behauptet werden.

## Auftragsinhalte

- Prüferische Durchsicht der Prozeduren, Systeme und Strukturen betreffend die Bestimmung des Berichtsinhaltes
- Prüferische Durchsicht, ob mit den im Bericht offengelegten Informationen zu den allgemeinen Standardangaben den im Leitfaden GRI G4 vorgegebenen Offenlegungsanforderungen entsprochen wird
- Prüferische Durchsicht der Prozeduren, Systeme und Strukturen für die Erfassung, Sammlung, Zusammenführung und Validierung folgender, im Bericht veröffentlichter Themenbereiche:
  - Ökologische Leistungsindikatoren (ausschließlich für den Anteil der A1, die operative Tochtergesellschaft der TAG in Österreich): Energieverbrauch innerhalb der Organisation (G4-EN3), Energieintensität (G4-EN5), Direkte THG-Emissionen – Scope 1 (G4-EN15), Indirekte energiebezogene THG-Emissionen – Scope 2 (G4-EN16), Weitere Indirekte THG-Emissionen – Scope 3 (G4-EN17), Intensität der THG-Emissionen (G4-EN18),

Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode (G4-EN23)

- Gesellschaftliche Leistungsindikatoren: Gesamtzahl und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken (G4-SO3) und Information und Schulung über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung (G4-SO4)
- Angeführte Kennzahlen zu der Gesellschaftsinitiative „A1 Internet für Alle“
- Angeführte Kennzahlen zu der Mitarbeiterbefragung „TAGisfaction“

## Kriterien

Auf Basis einer Einschätzung von Wesentlichkeit und Risiko haben wir erhaltene Auskünfte und Nachweise hinsichtlich der Übereinstimmung der Auftragsinhalte mit dem von der Global Reporting Initiative („GRI“) herausgegebenen Leitfaden zur Nachhaltigkeitsberichterstattung (Version G4) beurteilt.

## Vorgehensweise

Unsere Arbeit umfasste analytische Verfahren sowie Gespräche mit vom Vorstand der Telekom Austria AG bekannt gegebenen Mitarbeitern der Konzernzentrale in Wien.

## Begrenzung der Prüfsicherheit

Unsere prüferische Durchsicht beschränkte sich ausschließlich auf die oben angeführten Auftragsinhalte. Wir haben keine Prüfungshandlungen hinsichtlich anderer Sachverhalte durchgeführt. Wir haben keine Überprüfung

von Vergleichsinformationen aus früheren Jahren durchgeführt. Der Umfang unserer prüferischen Durchsicht war auf Stichproben begrenzt. Unsere Arbeiten basierten auf Stichproben entsprechend unserer Einschätzung im Einzelfall, umfassten allerdings keine materiellen Prüfungshandlungen. Daher ist die auf Grund unserer Prüfungshandlungen erreichte Prüfsicherheit begrenzt.

## **Zusammenfassende Beurteilung**

### **Prozeduren, Systeme und Strukturen betreffend die Bestimmung des Berichtsinhaltes**

Auf Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Prozeduren, Systeme und Strukturen zur Bestimmung des Berichtsinhaltes nicht im Einklang mit den im Leitfaden GRI G4 angeführten Grundsätzen zur Bestimmung der Berichtsinhalte stehen.

### **Offenlegungsanforderungen (eingeschränkte Beurteilung)**

Der Bericht enthält aufgrund nicht verfügbarer Informationen nicht die allgemeine Standardangabe G4-10, obwohl GRI G4 für diese Standardangabe keine Möglichkeit der Auslassung vorsieht. Die Informationen betreffend die allgemeine Standardangabe G4-2 sind nicht in zwei knappen Abschnitten, sondern über mehrere Stellen verteilt offengelegt worden.

Auf Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns mit Ausnahme der im vorstehenden Absatz genannten Sachverhalte keine weiteren Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die im Bericht offengelegten bzw. auf die im Bericht referenzierten Informationen zu den allgemeinen Standardangaben nicht den im Leitfaden GRI G4 angeführten Offenlegungsanforderungen entsprechen.

### **Prozeduren, Systeme und Strukturen für die Erfassung, Sammlung, Zusammenführung und Validierung bestimmter Themenbereiche**

Auf Grundlage unserer prüferischen Durchsicht sind uns keine Sachverhalte bekannt geworden, die uns zu der Annahme veranlassen, dass die Prozeduren, Systeme und Strukturen für die Erfassung, Sammlung, Zusammenführung und Validierung

- der Anteile der A1 (operative Tochtergesellschaft der TAG in Österreich) zu folgenden ökologischen Leistungsindikatoren: Energieverbrauch innerhalb der Organisation (G4-EN3), Energieintensität (G4-EN5), Direkte THG-Emissionen – Scope 1 (G4-EN15), Indirekte energiebezogene THG-Emissionen – Scope 2 (G4-EN16), Weitere Indirekte THG-Emissionen – Scope 3 (G4-EN17), Intensität der THG-Emissionen (G4-EN18), Gesamtgewicht des Abfalls nach Art und Entsorgungsmethode (G4-EN23)
- der folgenden Gesellschaftlichen Leistungsindikatoren: Gesamtzahl

- und Prozentsatz der Geschäftsstandorte, die im Hinblick auf Korruptionsrisiken geprüft wurden, und ermittelte erhebliche Risiken (G4-SO3) und Information und Schulung über Maßnahmen und Verfahren zur Korruptionsbekämpfung (G4-SO4)
  - der zu der Gesellschaftsinitiative „A1 Internet für Alle“ angeführten Kennzahlen
  - der zu der Mitarbeiterbefragung „TAGisfaction“ angeführten Kennzahlen
- nicht angemessen sind.

Wien, 7. Juli 2015

Deloitte Audit  
Wirtschaftsprüfungs GmbH

Mag. Gerhard Marterbauer  
Wirtschaftsprüfer

ppa. Dipl.-Ing. Hannes Senft  
Engagement Manager

# Angaben zum Bericht

Der vorliegende Nachhaltigkeitsbericht erfasst die gruppenweiten Aktivitäten und Kennzahlen der Telekom Austria Group entsprechend den Berichtsgrenzen und dem Berichtszeitraum des Geschäftsberichts 2014. Qualitative Informationen zu den einzelnen Themenbereichen wurden bei ausgewählten Projekten über 2014 hinaus bis zum zweiten Quartal 2015 berücksichtigt und im Bericht gesondert vermerkt. (—> G4.28)

Finanzkennzahlen sowie Angaben mit Personalstandbezug beziehen sich auf die nach IAS 8 definierten Segmente der Konzernsegmentberichterstattung, ökologische Kennzahlen und sonstige gesellschaftliche Leistungsindikatoren wurden für die operativen Tochtergesellschaften der jeweiligen Länder erhoben. Die Telekom Austria Group geht davon aus, dass die nicht erfassten Tochtergesellschaften aufgrund ihrer Größe bzw. Tätigkeit (zum Beispiel Holdingfunktion) nur einen minimalen Beitrag zu den veröffentlichten Kennzahlen geliefert hätten. Sofern Kennzahlen für nicht operative Tochtergesellschaften aus organisatorischen Gründen gemeinsam mit der operativen Tochtergesellschaft erhoben wurden, sind diese nicht abgegrenzt und in der Gesamtsumme entsprechend berücksichtigt worden. Der Nachhaltigkeitsbericht der Telekom Austria Group erscheint jährlich, der Bericht über die Periode 2013/2014 erschien im August 2014. (—> G4.28–G4.30)

Der vorliegende Bericht erfüllt die Anforderungen der „Global Reporting Initiative“ (GRI) – Richtlinie G4 für Nachhaltigkeitsberichte – und entspricht dem jährlichen Fortschrittsbericht im Sinne des Global Compact der Vereinten

Nationen. Der Bericht hält sich an die Vorgaben und Anforderungen des GRI-Standards in der Version G4 „umfassend“ (mit Ausnahme der allgemeinen Standardangabe G4.10, die derzeit noch nicht berichtet werden kann). Im ersten Quartal 2015 wurde eine erneute Wesentlichkeitsanalyse durchgeführt. Der Umfang der berichteten Indikatoren hat sich dadurch im Vergleich zum Vorjahr geändert (siehe auch GRI Content Table ab Seite 46). Ausgewählte Themen und Indikatoren wurden im Rahmen einer externen Bescheinigung durch einen unabhängigen Wirtschaftsprüfer durchgesehen (Details zum Umfang siehe Seite 61). Mit der Bescheinigung wurde die Deloitte Audit Wirtschaftsprüfungs GmbH beauftragt, die auch Konzernabschlussprüfer der Telekom Austria AG ist. Die Aspekte und Indikatoren des GRI Sector Supplements „Telecommunications“ wurden ebenfalls im Wesentlichkeitsprozess miteinbezogen. Alle Inhalte, Themen, Aspekte, Indikatoren und Maßnahmen im Bericht beziehen sich, wenn nicht anders angegeben, auf die Telekom Austria AG und ihre Tochtergesellschaften. Eine Freigabe des Berichts erfolgte durch Hannes Ametsreiter, CEO Telekom Austria Group bis 31. Juli 2015. (—> G4.17, 4.22, 4.23, 4.32, 4.33, 4.48)

Der Bericht gliedert sich in drei große Abschnitte: In einem einleitenden Kapitel wird die erarbeitete Nachhaltigkeitsstrategie im Zusammenhang mit dem Kerngeschäft der Telekom Austria Group und den wichtigsten sozialen und ökologischen Trends erläutert. Der Hauptteil des Berichts widmet sich den vier wesentlichen Handlungsfeldern und geht auf die strategischen Ziele, bereits umgesetzte Maßnahmen und bestehende Herausforderungen ein.

Im dritten Teil des Berichts werden die quantitativen Daten und Kennzahlen noch einmal in Form eines Datenanhangs zusammengefasst. Der GRI Content Table gibt Auskunft über die einzelnen Aspekte und Indikatoren. Im Nachhaltigkeitsbericht werden primär ökologische und gesellschaftliche Aspekte der Tätigkeit der Telekom Austria Group dargestellt. Bezüglich weiterführender Informationen zur wirtschaftlichen Entwicklung, zum Organisationsprofil sowie zur Corporate Governance verweisen wir auf den Geschäftsbericht 2014 der Telekom Austria Group (<https://www.telekomaustria.com/de/ir/geschaeftsberichte>). Die Datenerhebung für den Nachhaltigkeitsbericht erfolgt, neben der Nutzung interner Reportings, mittels standardisierter Fragebögen, die in den einzelnen operativen Tochtergesellschaften der Telekom Austria Group erhoben werden. Die Daten werden zentral ausgewertet und auf Plausibilität überprüft. Die Corporate-Sustainability-Abteilung der Telekom Austria Group evaluiert die Fragebögen jährlich im Hinblick auf aktuelle Entwicklungen, Erfordernisse und Zielsetzungen.

Definitionen und Berechnungsmethoden zu einzelnen im Bericht dargestellten Indikatoren und Kennzahlen werden mittels Fußnoten, entweder direkt im jeweiligen Kapitel oder im Datenanhang ab Seite 54, detailliert erläutert. Um zu signalisieren, dass im Nachhaltigkeitsbericht Personenbezeichnungen auf Frauen und Männer Bezug nehmen, wurde teilweise eine geschlechtergerechte Formulierung (z. B. MitarbeiterInnen) verwendet. Aus Gründen der Lesbarkeit wurde an einzelnen Stellen nur die männliche Form angeführt, stets sind aber Männer wie Frauen angesprochen. ★



# TELEKOM AUSTRIA GROUP

**Telekom Austria AG**  
Lassallestraße 9  
1020 Wien, Österreich  
Tel. +43 50 664 0  
www.telekomaustria.com

(—→ G4.5)

## Operative Tochtergesellschaften der Telekom Austria Group



**A1 Telekom Austria AG**  
Lassallestraße 9  
1020 Wien, Österreich  
Tel. +43 50 664 0  
www.A1.net



simobil.si

**Si.mobil d.d.**  
Šmartinska cesta 134 b  
1000 Ljubljana, Slowenien  
Tel. +386 40 443 000  
www.simobil.si



**Mobitel EAD**  
1, Kukush Street  
1309 Sofia, Bulgarien  
Tel. +359 88 8088088  
www.mtel.bg



**Vip mobile d.o.o.**  
Omladinskih brigada 21  
11070 Novi Beograd,  
Republik Serbien  
Tel. +381 60 1234  
www.vipmobile.rs



**Vipnet d.o.o.**  
Vrtni put 1  
10000 Zagreb, Kroatien  
Tel. +385 14691 091  
www.vipnet.hr



**velcom**  
36–2, Internatsionalnaya  
220030 Minsk, Weißrussland  
Tel. +375 17 2178494  
www.velcom.by



**Vip operator DOOEL**  
Filip Vtori Makedonski,  
DC Soravia 8. Stock  
1000 Skopje,  
Republik Mazedonien  
Tel. +389 771234  
www.vip.mk

(—→ G4.4)

## Impressum

**Eigentümer, Herausgeber & Verleger**  
Telekom Austria AG  
**Group Communications & Sustainability**  
Peter Schiefer  
**Projektteam**  
Irene Jakobi, Maximilian Rabl,  
Anna Schwarzbauer, Petra Richter  
**Inhaltliche Begleitung**  
PwC Österreich  
**Art Direction, Design, Produktion**  
Daniel Hammer  
**Illustrationen**  
Larissa Mantel  
**Konzeptidee**  
Planetsisa  
**Gastautor**  
Michael Narodoslawsky  
**Druck**  
PAUL GERIN GmbH & Co KG

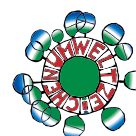
Redaktionsschluss: 7. Juli 2015,  
Vorstandsangaben auf den Seiten 6, 13 und 63  
wurden infolge einer Aufsichtsratssitzung  
am 24. Juli 2015 aktualisiert.

## Kontakt

**Irene Jakobi**  
Head of Group Sustainability,  
Telekom Austria Group  
irene.jakobi@telekomaustria.com  
(—→ G4.31)

ClimatePartner<sup>o</sup>  
klimaneutral

Druck | ID: 11582-1501-1001



Dieser Nachhaltigkeitsbericht wurde auf den Papiersorten „Mondi Offset“ (Kern) und „Colour Style Leather“ (Umschlag) gedruckt. Beide Papiersorten stammen nachweislich aus nachhaltiger Waldwirtschaft und sind nach PEFC (Kern) bzw. FSC (Umschlag) zertifiziert. Die bei der Herstellung entstandenen CO<sub>2</sub>-Emissionen wurden neutralisiert. Der Druck erfolgte mit Biodruckfarben auf Pflanzenölbasis aus nachwachsenden Rohstoffen nach der Richtlinie „Druckerzeugnisse“ des Österreichischen Umweltzeichens bei der Druckerei PAUL GERIN GmbH & Co KG (UZ 24, UW 756), die Trägerin des Österreichischen Umweltzeichens ist. Im Sinne des Österreichischen Umweltzeichens wurde auf einen Schutz des Umschlages dieses Berichts mittels Folienkaschierung verzichtet.

